

DAFTAR PUSTAKA

- A, M. U., Marjun, Alaydrus, A., Kamal, & Salim, F. U. (2022). Kajian Preferensi Konsumen Berkunjung Ke Palu Grand Mall (PGM) Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Trend*, 10(2722-6565), 1-6. doi:10.31970/trend.v10i1.219
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Adhitama, T. P., & Asnur, L. (2019). ANALISIS MANAJEMEN EVENT DI KYRIAD HOTEL BUMIMINANG PADANG. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA*, 213-220.
- Asnur, L., Yuliana, & Yudistira, S. (2020). Analisis Manajemen Event di Kriyad Hotel Bumiminang Padang Ditinjau dari Fungsi Pengawasan. *International Journal of Social Science and Business*, 102–107.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2085-1979), 331-324. doi:10.24912/jk.v12i2.9829
- Camsennius, V., & Loisa, R. (2022). IMC Pada Pusat Perbelanjaan dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Trans Studio Mall Cibubur di Masa Pandemi). *PROLOGIA*, 6(2598-0777), 384-393. doi:10.24912/pr.v6i2.15590
- Creswell, J., & Creswell, J. (2023). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Sixth Edition*. Thousand Oaks, California: SAGE Publication.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Thousand Oaks, California: SAGE Publication, Inc.
- deMarrais, K., Roulston, K., & Copple, J. (2024). *Qualitative Research Design & Methods*. United States of America: Myers Education Press.
- Firzal, Y., & Shayrani, K. (2021). The Influence of Shopping Malls on Youth Lifestyle. *Journal of Humanities and Social Studies*, 5(2598-120X), 38-43. doi:10.33751/jhss.v5i1
- Getz, D., & Page, S. (2024). *Event Studies Theory and Management for Planned Events Fifth Edition*. Routledge.
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration 7th Edition*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Penelitian Kualitatif - Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. CV. Pena Persada.
- Halim, D. K., Pramesti, D. S., & Ratnasari, H. (2023). Analysis Marketing Strategy Of Phenom Event Indonesia During The Covid-19 Pandemic. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management*, 6(2654-9999), 97-105. doi:10.46837/journey.v6i1.163
- Hanum, N., & Irawati, A. (2024). Pendekatan Manajemen Strategi Berbasis Perspektif terhadap Pengembangan Jiwa Wirausaha Bagi Pelaku UMKM dalam Mengelola Potensi Usaha Kuliner di Kabupaten Sampang. *Jurnal*

- Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2539-2547), 2539-2547. doi:10.47467/elmal.v5i4.1116
- Hoang, V. (2024). Chinese Lunar New Year: A Celebration of Culture. *WOW Stories*, 39-45.
- Hongdiyanto, C., & Homan, H. (2020). PENGARUH EVENT MARKETING DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP REVISIT INTENTION PENGUNJUNG DI CIPUTRA WORLD SURABAYA. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 50-64.
- Hurdawaty, R., & Pusphanjali. (2022). Event MICE Sebagai Daya Tarik Pengunjung (Studi Kasus Bandung Investment, Agriculture, Tourism and Trade EXPO 2021). *Journal of Tourism and Creativity*, 6(2716-5159), 15-23. doi:10.19184/jtc.v6i1.27783
- Jepson, A., & Clarke, A. (2016). *Managing and Developing Communities, Festivals and Events*. New York: PALGRAVE MACMILLAN.
- Justine, S., & Pribadi, M. A. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Pusat Perbelanjaan di Jakarta (Studi Kasus Emporium Pluit Mall). *Prologia*, 7(2598-0777), 165. doi:10.24912/pr.v7i1.21281
- Karimuddin. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Pemerintah Optimis Indonesia Tumbuh Solid di 2024 dan Lebih Baik Lagi di 2025*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- Mallen, C., & Adams, L. J. (2024). *Event Management in Sport, Recreation, and Tourism - Theoretical and Practical Dimensions*. London: Taylor & Francis Group.
- Mulyati, S. (2023). PENGARUH TRANSAKSI E-COMMERCE DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2541-0938), 87-96. doi:10.31932/jpe.v8i1.2314
- Mutezar, A. A., & Salamah, U. (2021). Pengembangan Sistem Manajemen Event Pameran Karya Mahasiswa Menggunakan Metode Extreme Programming. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 809 - 819.
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 11(2527-9483), 442-447. doi:10.35134/ekobistek.v11i4.434
- Pangestu, Y. H., & Mahendra P, A. I. (2023). Event Management Strategy Of Narawandira Temporary Exhibition At Ngayogyakarta Hadiningrat Karaton In 2023. *DAENGKU Journal of Humanities and Social Science Innovation*, 3(2775-6165), 696-701. doi:10.35877/454RI.daengku1931
- Poetra, R. H. (2021). Strategi Event Public Relations Pada Expo ASESU Dalam Membangun Reputasi Sekolah Sunnah. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2442-5109), 55-64. doi:10.30656/lontar.v9i1.2533
- Prayudi, D., & Nugraha, R. (2022). THE INFLUENCE OF ADVERTISING, DIRECT MARKETING AND EVENT EXPERIENCE ON BRAND

- AWARENESS AND THEIR IMPACT ON PURCHASE DECISION. *JURNAL RISET BISNIS DAN MANAJEMEN*, 50-55.
- Raj, R., & Rashid, T. (2022). *Events Management Principle & Practice*. Goodfellow Publishers Limited.
- Ramli. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Aneh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rezky, R., & Sabrina, N. (2019). Eksistensi Java Jazz Festival sebagai Event Musik di Indonesia. *Nyimak: Journal of Communication*, 3(2580-3832), 157-167. doi:10.31000/nyimak.v3i2.1745
- Sancaya, T. W. (2020, Januari 8). *DetikNews*. Diambil kembali dari news.detik.com: <https://news.detik.com/kolom/d-4851274/menjawab-tantangan-bisnis-pusat-perbelanjaan-dan-retail-2020>
- Shimp, Terrence A.; Andrews, J. Craig. (2018). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10 ed.). South-Western: Cengage Learning.
- Shone, A., & Parry, B. (2019). *Successful Event Management - A Practical Handbook Fifth Edition*. Annabel Ainscow.
- Simamora, V. I., Ruth, & Zai, Y. M. (2024). Pengaruh Fasilitas Dan Penyelenggaraan Event Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening di Objek Wisata Gunung Dago Bogor Jawa Barat. *Open Journal Systems*, 18(1978-3787), 1457-1468. doi:<https://binapatria.id/index.php/MBI>
- Soebartika, R., & Rindaningsih, I. (2023). Systematic Literature Review (SLR): Implementasi Sistem Kompensasi dan Penghargaan Terhadap Kinerja Guru SD Muhammadiyah Sidoarjo. *MAMEN (Jurnal Manajemen)*, 171-185.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sulawati, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Suratno, S., Denmar, D., & Hepy, H. (2021). PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI, LITERASI EKONOMI, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF (STUDI KASUS GURU SMA NEGERI KABUPATEN MUSI BANYUASIN). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(2686-5238), 501-515. doi:10.31933/jemsi.v2i4.454
- Tedja, E., Ritonga, I. T., & Siburian, S. I. (2024). Perancangan Pusat Perbelanjaan Dengan Pendekatan Arsitektur Modern Di Deli Serdang. *Jurnal Ruang Luar Dan Dalam FTSP*, 6(2714-6758), 10-20.
- Wijaya, S., Kristanti, M., Thio, S., & Jokom, R. (2020). *Manajemen Event Konsep dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada, Depok.
- Wirata, I. N. (2021). Perbandingan Efektivitas Media Konvensional Dan Digital Marketing Terhadap Minat Pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2581-1053), 107-113. doi:10.52352/jpar.v20i2.479
- Xue, C. (2020). Chinese New Year: The Importance of Tradition and Impact of Governmental Regulation. *USF Scholarship*, 2-23.
- Yin, R. (2014). *Case Study Research Design and Methods Fifth Edition*. United States: SAGE Publication.