

DAFTAR PUSTAKA

Achmad, L.F. (2017). Pengaruh Dimensi Experiential Marketing Terhadap Kepuasan. Jurnal Pemasaran Digital. Vol 4 No. 2. Universitas Sumatra Utara.

e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.

Eka, Lestari. (2018). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kopi Bangi) . Jurnal Ecobis . Vol 2 No 1 Universitas Mercu Buana

Farida, Indriani. (2014). Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran, Jurnal Riset Pemasaran. Vol 4 No. 2 Universitas Malang.

Hardiani, Permata Sari., (2013). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Syudi Pada Merbabu Gust House), Jurnal Ekonomika Vol 1 No. 1 Uhamka Jakarta.

<http://irwansahaja.blogspot.com/2014/05/volume-tujuan-dan-faktor-yang.html?>

Indah, Kusumastuti. (2011). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Volume Penjualan Kacamatan. Jurnal Riset Pemasaran . Vol 2 No 1 Universitas Malang.

Jurnal Studi Manajemen & Organisasi Universitas Diponegoro.

Jurnal: Lampung: STIE Muhammadiyah Pringsewu.

Pada Optik Mulia Ambarawa Tahun 2010. Skripsi STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.

Pelanggan (Studi Pada Café Bangi Kopi Tiam Bandar Lampung. Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung.

Sugiono.(2016) Metode Penelitian Bisnis. Bandung CV. Alfabeta

Sugiono.2016. Metode Penelitian Manajemen. Bandung; ALFABETA

Sulistiawati.(2017). Pengaruh e-Marketing Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Dokty Shop Pringsewu Lampung Tahun 2017. Skripsi S1. STIE Muhammadiyah Pringsewu.

Tim Penyusun. (2016). Panduan Penulisan Skripsi STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung.