

WORK CITED

Printed Sources

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers. 1987. Print.
- Cooper, Scott, Fritz Grutzner, and Birk Cooper. *Tips and Traps for Marketing Your Business*. United States of America. The McGraw-Hill Companies. 2008. Print.
- Gitosudarmo, Indriyo. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE-Yogyakarta. 2000. Print.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Prentice-Hall International, Inc. 1993. Print.
- Kotler, Philip. *Marketing*. Jakarta. Erlangga. 1991. Print.
- Moehkardi. *Sendratari Ramayana Prambanan*. Bogor. Grafika Mardi Yuana. 2011. Print.
- Rangkuti, Freddy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus – Integrated Marketing Communication*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. 2009. Print.
- Simamora, Henry. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta. Salemba Empat. 2000. Print.
- Tung, Khoe Yao. *Pemasaran dan Bisnis di Internet*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. 1996. Print.

Electronic Sources

- “Daftar Lengkap Tempat Wisata Yogyakarta”. Webwisata.com. 2016. Web. 29 August 2016.
- “Paket Wisata Budaya: Pementasan Ramayana pada Pagi Hari”. Corporate.borobudur.com. 2016. Web. 1 September 2016.
- “Prambanan Temple Compound”. Unesco.org. 1991. Web. 29 August 2016.
- AN. “Pengelola Borobudur Promosi di Jerman”. *Elshinta.com*. 2016. Web. 1 September 2016.
- August 2016.

Belindomag.com. 2016. Web. 1 September 2016.

Klaming, Gunnar. The Role of Price for Premium Brands - The Case of The Automotive Industry. 2006. Grin.com. Web. 1 September 2016.

Soehardjono, Agus. "Marketing Mix". Nicenet.org. 2015. Web. 11 Boma. "Jual Tiket Masuk dan Transport Sendratari Ramayana di Yogyakarta". *Bomanta.com*. 2016. Web. 4 August 2016.

Soehardjono, Agus. "Metode Penetapan Harga". Nicenet.org. 2015. Web. 29 August 2016.

Utami, Herti. "Langkahkan Kaki ke Candi: Kembali Belajar Sejarah". Kompasiana.com. 2015. Web. 29 August 2016.

Yatmono, Abdullah. "Pengertian Visi dan Misi Menurut Para Ahli". *Pakmono.com*. 2015. Web. 17 July 2016.