

**Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Klien**

**Dalam Jasa Pembuatan Tato Pada Carpediem**

**Tattoostudio**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**Nimas Christina A**

**(11074539)**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDY MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2011**

**Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Klien  
Dalam Jasa Pembuatan Tato Pada Carpediem  
Tattoostudio  
SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Univesitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh :  
Nimas Christina A  
(11074539)**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDY MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2011**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Laporan : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan  
Klien Dalam Jasa Pembuatan Tato Pada  
Carpediem Tattoostudio

Nama Mahasiswa : Nimas Christina A

NIM : 11074539

Mata Kuliah : Skripsi

Semester : Genap

Tahun Akademik : 2010/2011

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Ekonomi Manajemen



Tanggal,  
Telah diperiksa dan disetujui  
di Yogyakarta

  
(Eti Istriani, Dra, MM)

# HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana

Dan Dinyatakan Diterima untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal :

16 JUN 2011

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Bisnis,



Insiwiani Prasetyaningsih, Dra, MM

Dewan penguji:

1. Eti Istriani, Dra, MM

2. Purwani Retno A, Dra, MM

3. Drs.Andreas Ari Sukoco, MM,,M.Min

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini Ku Persembahkan Untuk :**

**Tuhan Yesus**

**Papa dan Mama**

**Keluarga ku**

**Pacar saya**

**Sahabat-sahabat ku**

**Saudara-saudara ku**

## HALAMAN MOTTO

“Mereka yang bersegera dalam belajar dan bekerja, selalu hidupnya lebih sejahtera daripada mereka yang tidak mengulurkan tangannya untuk memindahkan rezeki dari tangan Tuhan ke tangannya”

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia serta pertolongan-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penyusunan skripsi dengan judul pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada *carpediem tattoostudio* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat masukan dan bimbingan serta dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Ibu Eti Istriani selaku dosen pembimbing, yang sudah memberikan arahan dan nasehat yang baik selama mengerjakan skripsi, dan yang sudah dengan sabar untuk mau meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
2. Semua Dosen Fakultas Bisnis yang sudah dengan sabar dalam membimbing selama kuliah. Semua staff Fakultas Bisnis (Bu Lilis, Pak Anto, dan Mbak Maxi) terimakasih atas segala bantuan selama ini.
3. Papa dan mama ku yang tersayang, terimakasih atas segala dukungan, baik moril maupun materil yang tak ternilai, segala kasih sayang yang melimpah, perhatian dan pengajarannya yang sangat berharga sehingga dapat memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk keluarga ku yang sudah mendoakan dan mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Pacar ku yang tersayang, terima kasih sudah memberikan dukungan, harapan dan doa yang membuat penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku(Vicky, Mike, Bea, Berty, Thia, Ade, Mekel, Ririn) terima kasih untuk semua semangat yang kalian berikan, bantuan kalian, segala tawa, susah, dan senang. Terima kasih semuanya.
7. Saudara-saudara ku (Rika, Hana, Mas Paijo, Kecing, Adhit, Genok, Mba Wita, Mba Rika) terima kasih atas dukungan dan doanya selama ini.
8. Teman-teman pemasaran 07 UKDW terima kasih untuk semua masukan dari kalian, masukan kalian sangat membantu dalam pembuatan skripsi selama ini.
9. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi bagi penulis, baik memberi masukan ide, atau informasi-informasi yang mendukung penulis di dalam pembuatan skripsi ini.

Yogyakarta, 2 Mei 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengajuan .....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Persembahan .....	v
Halaman Motto .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xii
Abstrak .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.3. Konsep Pemasaran .....	9
2.4. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	9

2.5. Pemasaran Jasa .....	11
2.6. Perilaku Konsumen .....	12
2.6.1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	13
2.6.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pembelian .....	14
2.6.3. Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	20
2.7. Model konseptual Penelitian .....	21
2.8. Penelitian Terdahulu .....	22
2.9. Hipotesis .....	23
<b>BAB III  METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Data .....	25
3.1.1 Data Primer .....	25
3.1.2. Data Sekunder .....	25
3.1.3. Pengumpulan Data .....	26
3.2. Variabel penelitian dan pengukuran .....	26
3.2.1. Definisi Penelitian .....	26
3.2.2 Variabel Penelitian .....	27
3.2.3. Pengukuran Variabel .....	28
3.2.4. Definisi Operasional .....	29
3.3. Model Statistik dan Uji Hipotesis .....	31
3.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
3.3.3 Uji Hipotesis .....	34

## **BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

4.1. Analisis Deskriptif .....	37
4.2. Pengujian Instrumen Penelitian .....	38
4.2.1. Analisis Validitas .....	38
4.2.2. Analisis Reliabilitas .....	40
4.3. Analisis Responden .....	41
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.5. Uji Signifikasi Pengaruh Secara Parsial (T-test) .....	47
4.6. Uji Signifikasi Pengaruh Secara Bersama-sama (F-test).....	50
4.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
4.8. Pembahasan .....	52

## **BAB V SIMPULAN DAN ANALISIS**

5.1. Simpulan .....	56
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	57
5.3. Saran .....	58

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
-----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

<b>Gambar 2.1 Model Perilaku Pembeli.....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku .....</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 2.3 Konseptual Model Penelitian .....</b>	<b>22</b>
<b>Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validitas .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda dan Uji T .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji F ANOVA .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>53</b>

## ABSTRAK

Dalam era globalisasi, bisnis jasa tato di Indonesia semakin berkembang. Dengan adanya seniman tato di Indonesia yang memanfaatkan bakatnya untuk melakukan usaha bisnis jasa tato. Bisnis jasa ini mendapat respon positif dari para penggemar tato. Adanya kemudahan internet di era saat ini, bisnis jasa tato semakin digemari, terutama di Yogyakarta. Banyaknya bisnis jasa tato maka banyak pula persaingan yang harus di hadapi. Maka pembisnis harus pandai-pandai menyusun strategi untuk menarik si calon klien agar percaya dengan kualitas jasa tatonya.

Dengan adanya bisnis jasa tato maka keputusan klien dalam pembuatan tato semakin meningkat, karena dengan kualitas jasa yang mereka tawarkan mampu membuat klien merasa nyaman dan percaya kepada jasa ini.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio. Penelitian ini dilakukan di studio tato (carpediem tattoostudio) dan beberapa event-event tato di Yogyakarta. Yang menjadi objek penelitian ini adalah orang-orang umum yang pernah menggunakan jasa tato pada carpediem tattostudio.

Data yang diambil di dapat dari penyebaran kuesioner. Pengujian instrument data dengan menggunakan validitas dan reliabilitas, dan hasilnya adalah valid. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan hasil perhitungan terhadap pertimbangan keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio untuk variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke empat variabel secara parsial dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan klien.

Kata Kunci : produk,harga,promosi,tempat,keputusan konsumen.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Selama beberapa dekade, budaya tato telah mengalami perkembangan yang pesat. Padahal yang terjadi sesungguhnya adalah sebuah kebangkitan budaya; ketika makin banyak orang tidak hanya ingin sekedar bernostalgia dengan budaya primitive Indonesia, tetapi juga bersikeras untuk mengeksplorasi akar budaya ini. Tato di Indonesia telah mengakar selama ratusan tahun, bahkan tato Mentawai yang berada di wilayah Sumatra Barat dikenal sebagai tato yang menggunakan tinta pertama kalinya di dunia.

Pada era globalisasi saat ini bisnis tato di Indonesia sangat berkembang. Setelah tahun kegelapan dimana Petrus (penembak misterius) berkeliaran – dimana masyarakat semakin teracuni dengan pandangan bahwa semua orang bertato adalah criminal – beberapa kelompok masyarakat (khususnya seniman, tattooers, dan para kolektor tato) tetap dengan teguh percaya bahwa tato adalah sebuah seni dan merupakan budaya Indonesia yang patut dipertahankan, bukan untuk ditakuti atau dimusnahkan. Maka beberapa orang yang memiliki keahlian betato, memiliki keinginan untuk membuka bisnis baru yang berbentuk jasa tato khususnya di Indonesia.

Salah satunya tempat jasa tato adalah caperdiem tattoostudio yang terletak di kota Yogyakarta. Carpediem tattoostudio didirikan oleh Dimas Praja, sejak tahun 2007 sebelum membuka tato resmi, Dimas Praja sudah memulai

karirnya sebagai seniman tato. Dengan perkembangan bisnisnya selama 3 tahun, permintaan klien untuk jasa tato semakin meningkat bahkan dari luar kota Yogyakarta. Sehingga untuk melakukan strategi pemasaran, jumlah seniman tato yang bekerjasama di carpediem tatoostudio pun bertambah untuk menangani permintaan klien yang semakin banyak. Selain jasa tato, carpediem pun menjual perlengkapan dan peralatan seperti jarum, mesin, tinta dan lain-lain. Permintaan bisnis tato suplai pun semakin meningkat dan pendapatan laba pun juga meningkat.

Semakin mudahnya orang sekarang mendapatkan peralatan dan perlengkapan tato, membuat semakin banyak orang tertarik untuk membuka bisnis tato tanpa memikirkan ke higienisan dan kualitas tato, dengan harga yang ditawarkan untuk klien lebih murah di bandingkan dengan studio tato yang professional, maka persaingan pun semakin meningkat. Oleh karena itu, maka setiap pemasar hendaknya menjalankan strategi pemasaran yang efektif agar bisnis yang dikelola dapat berkembang sesuai keinginannya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengelola variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi.

Strategi pemasaran untuk menciptakan permintaan melalui keputusan klien dalam memilih tempat jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio meliputi keputusan-keputusan klien, harga tarif jasa, dan kegiatan memperkenalkan produk terhadap klien (promosi). Strategi dalam bauran

pemasaran ini diharapkan mampu memberikan pengaruh yang positif terhadap pemenuhan kebutuhan klien.

Untuk memenuhi kebutuhan para klien maka pemasar perlu memperkenalkan jasa pembuatan tato yang ditawarkan, baik itu berupa informasi mengenai kualitas jasa yang diberikan oleh pemasar. Pemasar akan memberikan promosi yang menarik kepada klien dan adanya kemudahan dalam mengakses informasi yang berkaitan dengan promosi, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi keputusan klien dalam pembuatan tato.

Berdasarkan hal-hal diatas, maka dilakukan penelitian pada keputusan jasa dalam pembuatan tato dengan mengajukan judul skripsi “**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN KLIEN DALAM JASA PEMBUATAN TATO PADA CARPEDIEM TATTOOSTUDIO**”

### **1.1 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh Produk terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?
- b. Apakah ada pengaruh Harga terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?
- c. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?

- d. Apakah ada pengaruh Tempat terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?
- e. Apakah ada pengaruh Marketing Mix terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?

## **1.2 Batasan Masalah**

Untuk mendapatkan hasil akhir yang baik dan sesuai dengan yang diinginkan serta tidak menyimpang dari permasalahan yang ditinjau, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Responden yang akan diteliti adalah klien yang sudah pernah menggunakan jasa tato carpediem tattoostudio.
2. Daerah yang akan diteliti di kota Yogyakarta.
3. Jumlah responden yang diteliti 100 orang.
4. Profil responden, yaitu meliputi.
  1. Jenis kelamin
    - a. Pria.
    - b. Wanita.
  2. Usia
    - a. 17-20 tahun.
    - b. 21-25 tahun.
    - c. 26-30 tahun.
    - d.  $\geq$  31 tahun.

3. Pendidikan terakhir tingkat pendidikan

- a. SD.
- b. SLTP/ sederajat.
- c. SLTA/sederajat.
- d. Perguruan Tinggi.

4. Pekerjaan.

- a. Pelajar / mahasiswa.
- b. PNS.
- c. Karyawan.
- d. Wiraswasta.
- e. Ibu Rumah Tangga.
- f. Lain – lain.

5. Penghasilan perbulan

- a.  $\leq$ Rp 800.000,00 / bulan
- b. Rp 800.000,00 – Rp 2.000.000,00 / bulan
- c.  $>$  Rp 2.000.000,00 – Rp 3.200.000,00 / bulan
- d.  $>$ Rp 3.200.000,00/bulan

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Menganalisis pengaruh marketing mix terhadap keputusan klien jasa pembuatan tato di kota Yogyakarta pada carpediem tattoostudio?

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Bagi Pembisnis

Sebagai informasi untuk mengevaluasi strategi pemasaran dalam berbisnis khususnya jasa dan bahan pertimbangan dalam mengantisipasi munculnya permasalahan di bidang pemasaran.

### 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dimaksudkan untuk menerapkan teori-teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam praktek dunia usaha sehingga dapat menunjang dan menambah pengetahuan serta bagi penulis untuk mendefinisikan masalah, menganalisa situasi serta mengadakan penyelidikan dan penelitian yang bersifat formal.

### 3. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini dan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh marketing mix terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio, dimana sampelnya sebanyak 100 orang responden yang pernah menggunakan jasa tato di carpediem tattoostudio, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio.
2. Bahwa harga terbukti berpengaruh terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio.
3. Bahwa promosi terbukti berpengaruh terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio.
4. Bahwa tempat terbukti berpengaruh terhadap keputusan klien dalam jasa pembuatan tato pada carpediem tattoostudio.
5. Bahwa *Marketing mix* berpengaruh terhadap keputusan klien secara bersama-sama pada jasa pembuatan tato di carpediem tattoostudio.

6. Dari profil responden, maka berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden. Jumlah pelanggan yang paling dominan adalah berjenis kelamin pria sebanyak 64%, umur pelanggan yang datang ke studio tato paling banyak berumur 26-30 tahun sebanyak 42%, pelanggan yang menggunakan jasa tato dari segi pendidikan terakhir pada lulusan perguruan tinggi sebanyak 45%, pelanggan yang menggemari tato dan untuk tren saat ini dilihat dari tingkat pekerjaan kepada kalangan mahasiswa dan wiraswasta masing-masing sebanyak 25%. Dan pelanggan berdasarkan pada penghasilan perbulan yang paling dominan dalam melakukan transaksi untuk pembayaran jasa tato adalah konsumen yang memiliki penghasilan perbulan Rp 800.000 – Rp 2.000.000.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup, maka memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
2. Data penelitian hanya berdasarkan dari hasil pengumpulan kuesioner, sehingga sangat dimungkinkan terjadinya perbedaan persepsi dan jawaban responden dengan keadaan sebenarnya yang terjadi pada responden tersebut.

3. Jumlah responden sangat terbatas yaitu hanya 100 responden sehingga jawaban yang ada masih mewakili sebagian pendapat saja.

### **5.3 Saran**

variabel-variabel dalam penelitian ini sudah berpengaruh. Apalagi hasilnya signifikan dan sesuai dengan harapan. Dalam hal ini maka di harapkan bagi pemasar untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa tato lebih baik lagi. Dengan menambah banyak contoh desain tato yang unik didapat dari blog tato lainnya, yang nantinya semakin digemari oleh klien, pertahankan kebersihan studio tato agar semakin di percaya bahwa tempat jasa tato ini sangat mepedulikan kebersihan dan kenyamanan klien terjaga saat melakukan tato di carpediem tattostudio, dalam hal promosi carpediem tattostudioo harus memperluas promosinya mengenai jasa tato yang mereka tawarkan pada klien tidak hanya di dalam negeri tetapi sampai ke luar negeri.

Jika ingin melakukan penelitian kembali, hendaknya pembaca harus lebih menggali lagi mengenai jasa tato. Dan memperbanyak pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam marketing mix agar dapat membantu pemasar untuk lebih meningkatkan bisnisnya.

## Daftar pustaka

Subagyo, Pangestu dan Djarwanto.1993. Statistik Induktif. Edisi ke empat. Yogyakarta. BPFE

Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium 2. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler, Philip dan Armstrong. 2006. Prinsip-prinsip pemasaran, jilid 1.Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Susanto. 1999. Manajemen Pemasaran Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyanto, Catur. 1994. Ekonometrika Terapan, Edisi pertama. Yogyakarta: BPFE.

Basu, swastha DH dan Irawan, 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty

Ghozali, Imam M.com, Akt. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi II. Semarang: Badan Penerbit-Undip.

Azwar, Saifuddin. 1997. Reliabilitas dan Validitas. Edisi ke tiga, cetakan pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono, 1999. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV ALFABETA.

Priyatno, D.2009. SPSS untuk analisis korelasi, regresi, dan multivariate. Cetakan pertama.Yogyakarta: Gava Media.

[www.scribd.com](http://www.scribd.com) – Pentingnya *Marketing Mix*

[www.dansite.wordpress.com](http://www.dansite.wordpress.com) – Bauran Pemasaran *Marketing Mix*

<http://carpediantattoo.wordpress.com>