

## Soal – soal Manajemen Pemasaran 2EA12

### Soal Pasar Konsumen

1. Semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk konsumsi pribadi adalah pengertian dari.....
  - a. Riset Pemasaran
  - b. Segmentasi Pasar
  - c. Pasar Industri
  - d. Pasar Konsumen \*
2. Di bawah ini adalah karakteristik yang mempengaruhi tingkah laku konsumen, kecuali.....
  - a. Budaya
  - b. Pribadi
  - c. Sosial
  - d. Organisasi \*
3. Di bawah ini yang termasuk ke dalam faktor-faktor budaya pada pasar konsumen adalah.....
  - a. Kelas Sosial \*
  - b. Pekerjaan
  - c. Peranan Status
  - d. Motivasi
4. Di bawah ini yang tidak termasuk ke dalam faktor-faktor sosial pada pasar konsumen adalah.....
  - a. Kelompok Acuan
  - b. Keluarga
  - c. Peran & Status
  - d. Kelas Sosial \*
5. Yang termasuk ke dalam faktor-faktor psikologi adalah.....
  - a. Motivasi
  - b. Persepsi
  - c. Kedua jawaban benar \*
  - d. Kedua jawaban salah
6. Yang termasuk ke dalam faktor-faktor pribadi pada pasar konsumen adalah.....
  - a. Umur
  - b. Pekerjaan
  - c. Kedua jawaban salah
  - d. Kedua jawaban benar \*
7. Di bawah ini adalah tahapan atau proses keputusan pembelian pada pasar konsumen, kecuali.....
  - a. Mengenali Kebutuhan
  - b. Pencarian Informasi
  - c. Evaluasi Alternatif
  - d. Seleksi Pemasok \*
8. Di bawah ini adalah sumber-sumber informasi yang ada di dalam pencarian informasi pada tahapan atau proses keputusan pembelian di pasar konsumen adalah.....
  - a. Sumber Pribadi
  - b. Sumber Komersil
  - c. Sumber Publik
  - d. Benar Semua \*
9. Yang tidak termasuk ke dalam peran konsumen dalam membeli di pasar konsumen adalah.....
  - a. Pemrakarsa
  - b. Pembeli
  - c. Penjual \*
  - d. Pengguna
10. Kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku yang di pelajari oleh seseorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya adalah pengertian dari.....
  - a. Budaya \*
  - b. Sub Budaya
  - c. Kelas Sosial
  - d. Motivasi

11. Suatu kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang untuk bertindak merupakan pengertian dari.....
- Kepribadian
  - Persepsi
  - Motivasi \*
  - Keyakinan
12. Pengenalan Kebutuhan adalah.....
- Tahap yang merangsang konsumen untuk mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya meningkatkan perhatian
  - Tahap pertama proses keputusan membeli, yaitu ketika konsumen mengenali adanya masalah atau kebutuhan \*
  - Tahap ketika konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merk alternatif dan perangkat pilihan
  - Tahap ketika konsumen benar-benar membeli produk
13. Di bawah ini adalah proses keputusan pembelian yang benar yaitu.....
- Evaluasi alternatif, pencarian informasi, keputusan membeli, mengenali kebutuhan, tingkah laku pasca pembelian
  - Tingkah laku pasca pembelian, pencarian informasi, mengenali kebutuhan, evaluasi alternatif, keputusan membeli
  - Mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli, tingkah laku pasca pembelian \*
  - Pencarian informasi, keputusan membeli, evaluasi alternatif, tingkah laku pasca pembelian, mengenali kebutuhan
14. Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas, interest dan opininya merupakan pengertian dari.....
- Budaya
  - Gaya Hidup \*
  - Keluarga
  - Pekerjaan
15. Yang termasuk dalam peran konsumen dalam membeli adalah.....
- Motivasi
  - Kepribadian
  - Konsep Diri
  - Pemberi Pengaruh \*
16. Kelompok acuan, keluarga, peran dan status merupakan faktor-faktor dari.....
- Faktor Sosial \*
  - Faktor Budaya
  - Faktor Pribadi
  - Faktor Psikologi
17. Persepsi, motivasi, pengetahuan, keyakinan dan sikap merupakan faktor-faktor dari..
- Faktor Pribadi
  - Faktor Sosial
  - Faktor Psikologi \*
  - Faktor Budaya
18. Organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara mendalam merupakan pengertian dari.....
- Situasi Ekonomi
  - Keluarga \*
  - Gaya Hidup
  - Konsep Diri
19. Kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang dihadapi merupakan pengertian dari.....
- Ingatan Selektif
  - Distorsi Selektif
  - Pengetahuan
  - Perhatian Selektif \*

20. Yang termasuk dalam sumber-sumber informasi publik adalah.....
  - a. Penanganan, pemeriksaan, dan menggunakan produk
  - b. Iklan, wiraniaga, agen, kemasan, pajangan
  - c. Media massa, organisasi penilai konsumen \*
  - d. Keluarga, teman, tetangga, dan kenalan

#### Soal Pasar Industri

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi untuk hadapi di pasar industri, kecuali ?
  - a. Faktor-faktor organisasi
  - b. Faktor-faktor keluarga \*
  - c. Faktor-faktor individu
  - d. Faktor-faktor lingkungan
2. Bagaimana tahap-tahap proses pembelian di pasar industri??
  - a. Pemilihan barang
  - b. Analisa produk
  - c. Analisa produk \*
  - d. Analisa barang
3. Aktivitas pembelian di pasar industri terdiri dari ?
  - a. Pembelian terdiri dari semua orang \*
  - b. Pembelian terdiri dari konsumen tingkat atas
  - c. Pembelian terdiri dari konsumen tingkat menengah
  - d. Pembelian terdiri dari golongan pemerintah
4. Bagaimana proses pembelian di pasar industri pada tipe keputusan dan proses pengambilan keputusan?
  - a. Universal
  - b. Formal \*
  - c. Internasional
  - d. Multinasional
5. Yang bukan pengaruh utama yang dihadapi pembeli di pasar industri pada faktor lingkungan?
  - a. Otoritas \*
  - b. Budaya dan adat istiadat
  - c. Perubahan teknologi
  - d. Perkembangan ekonomi
6. Tujuan, prosedur, kebijakan, sistem. Merupakan pengaruh utama yang dihadapi pembeli di pasar industri berdasarkan faktor...
  - a. Antar pribadi
  - b. Lingkungan
  - c. Organisasi \*
  - d. Individu
7. Umur merupakan pengaruh utama yang dihadapi pembeli di pasar industri berdasarkan faktor...
  - a. Antar individu
  - b. Lingkungan
  - c. Organisasi
  - d. Individu \*
8. Tahapan ketika pembeli mengundang pemasok yang memenuhi syarat untuk mengajukan proposal. Merupakan proses dari segi ...
  - a. Pengajuan proposal
  - b. Pengumpulan proposal \*
  - c. Analisis nilai
  - d. Penilaian kinerja
9. Tahapan ketika pembeli mengulas proposal dan memilih satu atau beberapa pemasok. Merupakan proses dari segi...
  - a. Pengajuan proposal
  - b. Pengumpulan proposal
  - c. Pemilihan pemasok \*
  - d. Penilaian kerja
10. Pengambilan keputusan untuk menetapkan kebutuhan akan produk dan jasa dilakukan oleh ?
  - a. Penjual

- b. Pemerintah
  - c. Produsen
  - d. Pembeli \*
11. Pembelian di pasar industri dipengaruhi oleh aspek...
- a. Intra organisasi \*
  - b. Multi organisasi
  - c. Prilaku organisasi
  - d. Interorganisasi
12. Manfaat dari pertumbuhan cepat pembelian secara maya di pasar industri adalah...
- a. Menciptakan masalah keamanan
  - b. Memangkas biaya transaksi \*
  - c. Merusak kesetiaan pemasok dan pembeli
  - d. Menghilangkan pekerjaan jutaan pegawai
13. Efek-efek negatif dari pembelian lewat internet adalah...
- a. Mengurangi waktu antara pemesanan dan pengiriman
  - b. Memangkas biaya transaksi
  - c. Merusak kesetiaan pemasok dan pembeli \*
  - d. Menciptakan sistem pembelian yang lebih efisien
14. Peserta proses pembelian di pasar industri adalah...
- a. Penjual
  - b. Pembeli
  - c. Produsen
  - d. Pengambilan keputusan \*
15. Tahap pertama dalam proses pembelian di pasar industri ketika seseorang di perusahaan tertentu mengenali adanya masalah atau kebutuhan yang dapat dipecahkan dengan memperoleh barang atau jasa adalah...
- a. Penganalisan masalah \*
  - b. Spesifikasi produk
  - c. Penjabaran kebutuhan secara umum
  - d. Spesifikasi masalah
16. Di bawah ini manakah yang tidak benar dalam proses pembelian di pasar industri...
- a. Penganalisaan masalah
  - b. Analisis nilai
  - c. Spesifikasi produk
  - d. Spesifikasi masalah \*
17. Semua organisasi yang membeli barang atau jasa untuk memproduksi barang dan jasa lain yang dijual, disewakan, atau dipasok ke perusahaan lain adalah pengertian dari...
- a. Pasar industri \*
  - b. Pasar konsumen
  - c. Pasar sempurna
  - d. Pasar tidak sempurna
18. Sebutkan yang bukan terdiri dari pasar industri...
- a. Struktur dan permintaan pasar
  - b. Proses pembelian di pasar industri \*
  - c. Sifat unit pembeli
  - d. Proses pengambilan keputusan
19. Yang bukan merupakan manfaat pembelian melalui internet di pasar industri adalah...
- a. Memangkas biaya transaksi
  - b. Mempersingkat waktu
  - c. Sistem pembelian yang lebih efisien
  - d. Menguras biaya \*
20. Faktor-faktor individu pasar industri...
- a. Sikap terhadap resiko \*
  - b. Perkembangan ekonomi
  - c. Kebijakan
  - d. Otoritas

## Soal Pemasaran Langsung

1. Pengertian dari pemasaran langsung adalah...
  - a. Komunikasi langsung dengan pelanggan individu yang dibidik secara seksama \*
  - b. Semua individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi
  - c. Perancangan, pengumpulan, analisis dan pelaporan data temuan secara sistematis
  - d. Sekelompok perusahaan yang menawarkan produk atau kelas produk
2. Di bawah ini yang termasuk manfaat pemasaran langsung bagi pembeli...
  - a. Interaktif, segera dan nyaman \*
  - b. Fleksibel dan medium global
  - c. Tidak nyaman, lambat dan tidak interaktif
  - d. Menekan biaya dan meningkatkan kecepatan dan efisiensi
3. Yang termasuk bentuk – bentuk pemasaran langsung dibawah ini adalah...
  - a. Tatap muka
  - b. Jarak jauh
  - c. Melalui catalog
  - d. Ketiga jawaban benar \*
4. Di bawah ini yang termasuk manfaat pemasaran langsung bagi penjual...
  - a. Menekan biaya dan meningkatkan kecepatan dan efisiensi \*
  - b. Nyaman
  - c. Interaktif dan segera
  - d. Member akses ke banyak informasi
5. Merupakan kumpulan yang terorganisasi atas data yang menyeluruh tentang pelanggan / calon pelanggan individu yang meliputi data geografis, demografis psikografis dan perilaku. Pernyataan tersebut adalah pengertian dari...
  - a. Direct to customers bussines model
  - b. Customer database \*
  - c. Database marketing
  - d. Semua jawaban salah
6. Proses membangun, memelihara dan menggunakan basis data pelanggan dan basis data lain ( produk, pemasok ) dengan tujuan melakukan kontak dan transaksi dengan pelanggan. Pernyataan tersebut adalah pengertian dari...
  - a. Direct to customers bussines model
  - b. Customer database
  - c. Database marketing \*
  - d. Semua jawaban salah
7. Merupakan alat yang ampuh untuk pembentukan hubungan dengan konsumen adalah salah satu manfaat dari...
  - a. Pasar konsumen
  - b. Pasar industry
  - c. Pemasaran langsung bagi pembeli
  - d. Pemasaran langsung bagi penjual \*
8. Pemasaran online dilakukan melalui...
  - a. Majalah
  - b. Tatap muka
  - c. Surat
  - d. System computer online interaktif \*
9. Ada berapa jeniskah pemasaran online...
  - a. 3
  - b. 4
  - c. 5
  - d. 2 \*
10. Istilah umum untuk proses pembelian dan penjualan yang didukung oleh sarana elektronik. Pernyataan ini merupakan pengertian dari...
  - a. E-commerce \*
  - b. Compuserve
  - c. Prodigy

- d. Online komersial
11. America online, compuserve dan prodigy merupakan jenis saluran pemasaran online...
    - a. E-commerce
    - b. Layanan online komersial \*
    - c. Internet, web
    - d. Semua jawaban salah
  12. Internet layanan yang menawarkan informasi dan layanan pemasaran online kepada pelanggan yang membayar biaya bulanan. Pernyataan ini merupakan pengertian dari...
    - a. Internet dan web
    - b. Layanan online komersial \*
    - c. E-commerce
    - d. Semua jawaban salah
  13. Dalam menciptakan kehadiran online elektronik maka kita harus membentuk situs internet suatu perusahaan yang dinamakan...
    - a. E-commerce
    - b. Corporate web site \*
    - c. Marketing web site
    - d. Semua jawaban salah
  14. Dalam menciptakan kehadiran online elektronik agar suatu pemasaran berhasil maka kita harus menciptakan situs internet suatu pemasaran yang dinamakan...
    - a. E-commerce
    - b. Corporate web site
    - c. Marketing website \*
    - d. Semua jawaban salah
  15. Kekacauan, kesemrawutan, keamanan dan kepedulian etis merupakan tantangan bagi...
    - a. Pembeli
    - b. Penjual
    - c. Pemasaran online \*
    - d. Semua jawaban salah
  16. Menjadi model bisnis yang penuh dan lengkap dengan beberapa perusahaan. Merupakan pengertian dari...
    - a. Pemasaran langsung terpadu
    - b. Kebijakan public
    - c. Peluang pemasaran online \*
    - d. Semua jawaban salah
  17. Kampanye pemasaran langsung yang menggunakan sarana dan tahap ganda untuk memperbaiki tingkat tanggapan dan laba. Pernyataan tersebut merupakan pengertian dari...
    - a. Peluang pemasaran online
    - b. Kebijakan public
    - c. Pemasaran langsung terpadu \*
    - d. Semua jawaban salah
  18. Ada berapa cara dalam menciptakan kehadiran online elektronik...
    - a. 2 \*
    - b. 5
    - c. 6
    - d. 7
  19. Ada berapa cara dalam melakukan pemasaran online...
    - a. 2
    - b. 5
    - c. 4 \*
    - d. 3
  20. Istilah lain dari pemasaran langsung terpadu....
    - a. Direct to customers bussines model
    - b. E-commerce
    - c. Integrated direct marketing \*
    - d. A, b dan c salah semua