

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