

Pilihan Ganda

1. Kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk ke dalam satuan pasar yang bersifat homogen disebut....
 - A. repositioning
 - B. positioning
 - C. market share
 - D. segmentation
 - E. targeting

2. Segmentasi geografik membagi pasar menjadi beberapa unit/kelompok sesuai dengan....
 - A. gambaran penduduk
 - B. gambaran wilayah/tempat
 - C. gambaran sifat konsumen
 - D. gambaran psikologis
 - E. gambaran kebiasaan konsumen

3. Dalam hal segmentasi pasar yang digunakan adalah berdasarkan atas ciri-ciri kepribadiannya merupakan segmen....
 - A. psikografis
 - B. geografis
 - C. demografis
 - D. morfografis
 - E. motografis

4. Tingkat segmentasi akhir mengarah ke satu segmen, pemasaran yang disesuaikan (customized). Merupakan tingkat segmentasi pasar....

- A. pemasaran massal
- B. pemasaran lokal
- C. pemasaran individu
- D. pemasaran internasional
- E. pemasaran ceruk

5. Perhatikan pernyataan berikut :

1. Mengenali dasar yang digunakan untuk mensegmentasi pasar
2. Menyusun penempatan segmen-segmen yang ditargetkan
3. Mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen
4. Menyusun profil-profil segmen
5. Menyusun bauran pemasaran tiap-tiap segmen
6. Memilih segmen sasaran

Yang termasuk pada langkah penargetan pasar yaitu....

- A. 1, 2
- B. 2, 5
- C. 3, 6
- D. 5, 6
- E. 4, 5