

LATIHAN SOAL PKK

Total questions: 52

Worksheet time: 1hrs 20mins

Name Class Date

1. Yang bukan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian adalah
 - a) Faktor Promosi
 - b) Faktor Psikologis
 - c) Faktor Pribadi
 - d) Faktor Budaya
 - e) Faktor Sosial

2. Faktor psikologi yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah
 - a) Kelompok Referensi
 - b) Persepsi
 - c) Personal
 - d) Keadaan ekonomi
 - e) Keluarga

3. Berikut ini merupakan tahapan daur hidup produk, antara lain...
 - a) pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, penurunan
 - b) pengenalan, kedewasaan, penurunan, pertumbuhan
 - c) pertumbuhan, kedewasaan, penurunan, pengenalan
 - d) pengenalan, pertumbuhan, penurunan, kedewasaan

4. Untuk memasarkan produk-produk baru, seorang manajer pemasaran harus mempertimbangkan hal-hal berikut ini, *kecuali*...
 - a) Pesaing
 - b) Promosi
 - c) Distribusi
 - d) Harga dan Kualitas

5. Sekelompok produk yang mampu memuaskan segolongan kebutuhan tertentu disebut
 - a) Product item
 - b) Daur hidup merek
 - c) Lini produk
 - d) Bauran produk

6. Tahap pertama yang perlu dilakukan manajemen dalam proses perencanaan strategis yaitu?
- a) Mengevaluasi hasil
 - b) Menetapkan tujuan
 - c) Memilih strategi dan taktik
 - d) Menganalisis situasi bisnis
7. Faktor demografis pribadi berikut ini yang bisa digunakan untuk mensegmentasikan pasar konsumen adalah?
- a) Jenis kelamin
 - b) Biaya hidup
 - c) Kepribadian
 - d) Kelas sosial
8. Apabila kita membeli barang atau jasa untuk dijual kembali supaya memperoleh laba, maka kita tergolong dalam kelompok?
- a) Pasar bisnis
 - b) Pasar konsumen
 - c) Pasar pemerintah
 - d) Pasar internasional
9. Bidang manajemen yang menangani masalah pemberian informasi, menjual hingga melakukan penjualan ulang produk/jasa kepada konsumen adalah
- a) keuangan
 - b) operasi
 - c) pemasaran
 - d) produksi
10. Bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu disebut
- a) Promosi penjualan
 - b) Publisitas
 - c) Penjualan tatap muka
 - d) Periklanan
11. Dibawah ini termasuk ke dalam konsep inti pemasaran, kecuali;
- a) Produk
 - b) Pertukaran, Transaksi dan Hubungan
 - c) Pasar
 - d) Strategi

12. Dalam lingkungan pemasaran, pihak yang membantu perusahaan mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produknya ke pembeli akhir adalah?
- a) Pembantu
 - b) Penyalur
 - c) Pemasok
 - d) Sales
13. Memilih pelanggan sasaran, mengidentifikasi kebutuhan dan keinginannya, serta menetapkan bauran pemasaran yang sesuai merupakan contoh implementasi fungsi perencanaan manajemen dari
- a) Strategi
 - b) Tujuan
 - c) Sasaran
 - d) Taktik
14. Dalam pelaksanaan konsep pemasaran sebagai filosofi bisnis, pemasar melakukan koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran untuk tercapainya
- a) Kepuasan personil produksi dan pemasaran
 - b) Kepuasan pelanggan
 - c) Keuntungan jangka pendek perusahaan
 - d) Harga lebih murah dibanding pesaing
15. Kondisi yang menggambarkan sejauh mana persepsi kinerja sebuah produk dibandingkan dengan harapan-harapan seorang pembeli adalah merupakan pengertian dari...
- a) Pemasaran strategis
 - b) Nilai Pelanggan
 - c) Kepuasan Pelanggan
 - d) Migrasi nilai pelanggan
16. Pelanggan dan pesaing merupakan komponen penting dalam...
- a) Analisis lingkungan mikro
 - b) Analisis lingkungan makro
 - c) Analisis lingkungan global
 - d) Analisis lingkungan internal

17. Dibawah ini yang termasuk dalam "Perlunya Manajemen Pemasaran" adalah?
- a) Menjual produk sebanyak-banyaknya.
 - b) Memastikan kegiatan pemasaran terencana dengan baik.
 - c) Memperbanyak cabang pemasaran.
 - d) Memaksimalkan produksi dan target yang dicapai.
18. Apa fungsi analisis lingkungan?
- a) Semuanya benar
 - b) Memberikan kemudahan akses bagi konsumen.
 - c) Mempermudah proses pengiriman barang.
 - d) Memprediksi kesesuaian lokasi perusahaan dengan potensi daerah.
19. Berikut ini merupakan tahapan - tahapan pemasaran, mana urutan yang paling benar?
- a) Perencanaan > Analisis > Pengembangan > Strategi & Taktik
 - b) Analisis > Pengembangan > Perencanaan > Strategi & Taktik
 - c) Perencanaan > Pengembangan > Analisis > Strategi & Taktik
 - d) Analisis > Perencanaan > Pengembangan > Strategi & Taktik
20. Berikut ini adalah faktor - faktor yang mempengaruhi Lingkungan Pemasaran, mana yang *tidak termasuk*...
- a) Lingkungan Ekonomi
 - b) Lingkungan Kenyamanan Konsumen
 - c) Lingkungan Sosial Budaya
 - d) Lingkungan Persaingan
21. Suatu tujuan dasar meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, merupakan definisi strategi pemasaran menurut tokoh.....
- a) Christian Homburg
 - b) Michael Baker
 - c) Kurtz
 - d) Philip Kotler

22. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yakni :
- a) Konsumsi, Promosi, Penjualan b) Pemasaran, Penjualan, Promosi
 - c) Produksi, Pemasaran, Konsumsi d) Produksi, Konsumsi, Penjualan
23. Kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen, merupakan.....
- a) Marketing Produk b) Marketing Mix Strategy
 - c) Segmentasi Pasar d) Market Positioning
24. Beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen, yaitu....
- a) Product, Price, Place, Promotion b) Marketing, Produksi, strategi
 - c) Konsumsi, Produksi, Marketing d) company, Price, Konsumsi
25. Sasaran, Fokus, Budaya, Kekuatan, Kelemahan, Market share , merupakan komponen dari.....
- a) Timing Strategy b) Timing Plan
 - c) Marketing Strategy d) Marketing Plan
26. Pembagian pasar menjadi beberapa kelompok pembeli pasar yang berbeda merupakan pengertian dari...
- a) Pangsa Pasar b) Target Pasar
 - c) Survei Pasar d) Segmentasi Pasar
27. Di bawah ini adalah tujuan dari promosi kecuali..
- a) Menguraikan b) Menyakinkan
 - c) Menarik perhatian d) Mendidik
 - e) Mengingat
28. Fungsi Strategi Pemasaran, kecuali.....
- a) Pengawasan karyawan perusahaan b) Merumuskan Tujuan Perusahaan
 - c) Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif d) Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan

29. Sebagai alat ukur hasil pemasaran yang berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan, merupakan salah satu...
- a) Konsep Strategi Pemasaran
 - b) Pengertian Strategi Pemasaran
 - c) Tujuan Strategi Pemasaran
 - d) Fungsi Strategi Pemasaran
30. Dibawah ini yang tidak termasuk kedalam fungsi pemasaran yaitu ...
- a) Fungsi Fisis
 - b) Fungsi penyedia sarana
 - c) Fungsi berwawasan produk
 - d) Fungsi pertukaran
31. Proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia, disebut dengan ...
- a) Pemasaran
 - b) Fungsi pemasaran
 - c) Strategi pemasaran
 - d) Tujuan pemasaran
 - e) Konsep pemasaran
32. Dibawah ini adalah fungsi dari penyimpanan...
- a) Untuk menghemat biaya pengangkutan terkait jumlah yang di bawa
 - b) Barang di produksi menurut musim tetapi di gunakan terus menerus
 - c) Untuk menghindari flukstulasi harga di pasaran
 - d) Membuat harga di pasaran lebih tinggi kraena jumlah sedikit
 - e) Konsumsi untuk satu musim saja tetapi produksi terus menerus



33.33

Upaya atau prosedur yang dilakukan untuk mengatur dan menciptakan strategi untuk suatu perusahaan/organisasi agar perusahaan dapat mencapai tujuannya dengan tepat sasaran dan baik sesuai dengan periode waktu tertentu yang telah ditentukan

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| a) Manajemen SDM | b) Manajemen Resiko |
| c) Manajemen Strategi | d) Manajemen Keuangan |



34.34

Manajemen strategi sangat penting bagi suatu organisasi/ perusahaan di dunia bisnis karena, kecuali...

- | | |
|--|---|
| a) Berhubungan dengan efisiensi dan efektifitas | b) Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/ perusahaan |
| c) Dapat mengantisipasi setiap perubahan kembali secara merata | d) Menghambat kepentingan berbagai pihak |



35.35

Elemen Dasar Proses Manajemen Strategik, kecuali....

- a) Implementasi resiko
 - b) Pengamatan Lingkungan
 - c) Menetapkan visi, misi dan tujuan organisasi
 - d) Perumusan dan Pemilihan Strategi
36. Tujuan atau alasan mengapa organisasi hidup. Misi juga merupakan rangkaian kegiatan utama yang harus dilakukan organisasi/perusahaan untuk mencapai visinya, merupakan pengertian dari...
- a) Manajemen
 - b) Visi
 - c) Misi
 - d) Strategi
37. Analisis Lingkungan Organisasi Adalah suatu proses yang digunakan pembuat strategi untuk memantau faktor lingkungan dalam menentukan peluang dan ancaman terhadap perusahaannya. Analisis Lingkungan terdiri dari.....
- a) lingkungan masyarakat dan perusahaan
 - b) Evaluasi dan strategi
 - c) lingkungan perusahaan
 - d) lingkungan external dan internal
38. Proses untuk menempatkan strategi dan kebijakan ke dalam aktivitas melalui pengembangan dari prosedur adalah
- a) Pernyataan tentang program-program perusahaan dalam bentuk uang / rupiah
 - b) sistem yang terdiri dari langkah-langkah atau teknik-teknik yang berkesinambungan yang menjabarkan secara detail bagaimana pelaksanaan suatu tugas tertentu
 - c) Pernyataan tentang program-program evaluasi perusahaan dalam bentuk statistik
 - d) Pernyataan aktivitas atau langkah-langkah yang dibutuhkan untuk mencapai sebuah rencana

39. Kekuatan - Kekuatan yang Memengaruhi Persaingan Industri, kecuali.....
- a) Peluang pesaing bisnis
 - b) Kekuatan Penawaran Pembeli
 - c) Kekuatan Penawaran Pemasok
 - d) Ancaman Pendetang Baru
40. metode analisis perencanaan strategis yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi lingkungan perusahaan baik lingkungan eksternal dan internal untuk suatu tujuan bisnis tertentu
- a) Analisis SWOT
 - b) Analisis evaluasi
 - c) Analisis visi & misi
 - d) Analisis Peluang
41. Analisis Situasi Dan Strategi Bisnis Weaknesses (Kelemahan) adalah...
- a) situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan
 - b) situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan organisasi/perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan peluang.
 - c) keterbatasan atau kekuarangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang menghambat kinerja.
 - d) sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang relatif tidak dimiliki oleh yang lain/pesaing dan kebutuhan pasar yang semakin meningkat ingin dilayani oleh perusahaan/organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus (distinctive competence)

42. Manfaat Analisis SWOT

Dalam Pemasaran Digital, Menentukan Strategi Pemasaran Digital adalah

- | | |
|---|---|
| a) Peluang keberhasilan pada manajemen resiko | b) Keberhasilan pemasaran produk pun meningkat apabila kamu mencoba strategi digital marketing sesuai minat target audiens. Hasil evaluasi analisis SWOT, tepatnya peluang dan ancaman, bermanfaat dalam menentukan strategi pemasaran digital yang ingin diterapkan. |
| c) Analisis SWOT akan membantumu dalam mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Hasil evaluasi tersebut berguna untuk menetapkan tujuan pemasaran yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. | d) Kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran digital juga bermanfaat sebagai bahan evaluasi untuk peningkatan performa. Kamu bisa merancang strategi pemasaran yang lebih efektif agar lebih berhasil pada masa depan. |

43. Perusahaan rintisan yang didirikan oleh satu atau banyak orang untuk mengembangkan sebuah produk atau layanan unik yang sesuai dengan target pasar, pengertian dari....

- | | |
|----------------------|---------------------|
| a) Bisnis online | b) Bisnis Startup |
| c) Bisnis organisasi | d) Bisnis komunitas |

44. Proses manajemen strategi ada tiga tahap yakni:

- a. Formulasi atau Perumusan Strategi
- b. Implementasi Strategi
- c.....

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| a) Manajemen Keuangan | b) Evaluasi Strategi |
| c) Pengendalian lingkungan | d) Ancaman |

45. Teknik analisa yang dikembangkan untuk membantu para perencana strategi dalam proses pembuatan strategi, Kecuali.....
- a) Analisa lingkungan Hidup
 - b) Analisa Kesenjangan (Gap Analysis)
 - c) Grup Konsultan Boston (Boston Consulting Group)
 - d) Matrik Strategi Umum (Grand Strategy Matrix)
46. Strategi Fungsional dan Bisnis :
- 1. Strategi Pemasaran
 - 2. Strategi Finansial
 - 3. Strategi Penelitian dan Pengembangan (R&D)
 - 4. Strategi Operasi
 - 5.
- a) Strategi Sumber Daya Manusia dan Fungsional Lainnya
 - b) Strategi lingkungan
 - c) Strategi resiko
 - d) Strategi misi
47. proses monitoring atas aktivitas perusahaan dan hasil suatu performa sehingga performa aktual dapat dibandingkan dengan performa yang diinginkan, merupakan pengertian dari.....
- a) pengendalian
 - b) evaluasi
 - c) strategi
 - d) perencanaan



48.48

Pendiri Gojek yang merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek

- | | |
|-----------------|-------------------------|
| a) Group Danone | b) Anthony Tan |
| c) Group shopee | d) Nadiem Anwar Makarim |

49. 4 Langkah strategi.....dalam memasuki pasar yaitu

- 1.Product (produk)
- 2.Price (harga)
- 3.Place (tepat)
- 4.Promotion (promosi)

- | | |
|-------------|--------------|
| a) Keuangan | b) Evaluasi |
| c) Resiko | d) Pemasaran |

50. Usaha Mikro Kecil dan Menengah, yang merupakan salah satu model dalam kegiatan perdagangan, biasanya dilakukan oleh individu atau perorangan dengan badan usaha yang lingkupnya lebih kecil (lebih dikenal dengan istilah mikro).

- | | |
|---------------|---------|
| a) CV | b) PT |
| c) Organisasi | d) UMKM |



51.

Keuntungan TikTok Shop menawarkan fitur belanja dalam aplikasi yang memungkinkan pengguna membeli produk langsung dari aplikasi TikTok dan memberikan dampak pada.....

Ans. _____