

Code : TI5011
Course : Online Marketing System
Lecturer : Dr.Hasrini Sari, ST,MT
Quiz/Exam : Quiz 1
Type : quiz

1. Berikut ini merupakan komponen dari penciptaan nilai pada strategic marketing, kecuali:

- b. Customer segmentation (1 Point)
- c. Market selection/targeting (0 Point)
- d. Promotion (0 Point)
- e. Positioning (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

2. Strategi spesialisasi produk dalam pemilihan target pasar berfokus pada:

- b. Satu segmen pasar dengan satu jenis produk (0 Point)
- c. Satu segmen pasar dengan berbagai tipe produk (0 Point)
- d. Satu jenis produk untuk berbagai segmen pasar (1 Point)
- e. Beberapa jenis produk untuk pasar yang berbeda (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

3. Berikut ini merupakan ciri-ciri dari segmentasi yang efektif, kecuali

- b. Masing-masing segmen yang dihasilkan dapat memberikan profit (0 Point)
- c. Mampu menghasilkan produk yang beragam (1 Point)
- d. Masing-masing segmen yang dihasilkan dapat dilayani secara efektif (0 Point)
- e. Sesuai dengan kapabilitas pemasaran perusahaan (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

4. Segment storyboards berfungsi untuk menguji respon konsumen terhadap keunggulan diferensial yang telah ditetapkan
- b. true (1 Point)
 - c. false (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

5. Berikut ini yang termasuk ke dalam komponen bauran pemasaran 7P adalah: (jawaban dapat lebih dari satu)
- b. People (1 Point)
 - c. Physical evidence (1 Point)
 - d. Partnership (0 Point)
 - e. Public relation (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

6. Atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan berbagai manfaat sehingga memberikan tambahan kepuasan bagi konsumen disebut dengan:
- b. Augmented product (1 Point)
 - c. Core product (0 Point)
 - d. Actual product (0 Point)
 - e. Potential product (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

7. Berikut ini merupakan karakteristik dari jasa, kecuali:
- b. Separability (1 Point)
 - c. Intangibility (0 Point)
 - d. Variability (0 Point)
 - e. Perishability (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

8. Produk yang memiliki karakteristik khusus sehingga konsumen memiliki willingness to pay yang lebih besar untuk mendapatkan produk tersebut disebut dengan:

- b. Shopping product (0 Point)
- c. Speciality products (1 Point)
- d. Convenience product (0 Point)
- e. Unsought product (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

9. Needs-based market segment merupakan salah satu tahapan dalam menentukan segmentasi berbasis nilai.

- b. true (1 Point)
- c. false (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

10. When a manager focuses on making whatever products are easy to produce, and then trying to sell them, that manager has a _____ orientation

- b. Marketing (0 Point)
- c. Production (1 Point)
- d. Sales (0 Point)
- e. Profit (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

11. Value can only be derived through products and prices.

- b. true (0 Point)
- c. false (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

12. Usaha mikro GG menggunakan Instagram sebagai media untuk memajang foto produknya.

Komentar, pertanyaan, dan tanggapan dari para pelanggan yang dilakukan melalui media tersebut tidak direspon. Komunikasi dengan pelanggan dilakukan melalui Whatsapp. Instagram GG merupakan titik

sentuh yang bersifat

- b. Proaktif (0 Point)
- c. Interaktif (0 Point)
- d. Statis (1 Point)
- e. Komunikatif (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

13. Benefit dan cost yang ditawarkan perusahaan pada para pelanggannya, dicerminkan pada

- b. Customer value (0 Point)
- c. Product value (0 Point)
- d. Market offering (0 Point)
- e. Value proposition (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

14. Dea adalah pelanggan GG. Pada suatu hari, Dea melihat posting di Instagram produk JJ, yang menawarkan fitur lebih baik daripada yang ditawarkan GG. Dea kemudian mengirim pesan melalui Instagram JJ untuk mencari informasi lebih jauh mengenai produk. Dalam 10 menit, tidak ada tanggapan dari GG. Akhirnya Dea melihat-lihat posting produk yang sama di Instagram kompetitor. Ternyata, Dea mencoba menghubungi pesaing tersebut dan tanggapan dalam bentuk informasi yang jelas dan lengkap sudah lebih dulu diperoleh dari pesaing. Dea kemudian langsung memesan produk dari pesaing tersebut. Dalam hal ini, Instagram berperan sebagai:

- b. Titik sentuh (0 Point)
- c. Titik interaksi (0 Point)
- d. Moment of truth (1 Point)
- e. Moment of interaction (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

15. Di bawah ini merupakan salah satu hal yang dilakukan pada tahapan Refleksi pada pembuatan peta perjalanan pelanggan (Customer Journey Map), yaitu

- b. Identifikasi pola umum dari pengalaman pelanggan (0 Point)

- c. Identifikasi pengalaman dari para pengguna ekstrim (0 Point)
- d. Identifikasi tujuan pelanggan yang berbeda (0 Point)
- e. Identifikasi pola pengalaman pelanggan pada semua titik sentuh (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

16. Pelanggan yang sangat puas enam kali lebih tinggi kemungkinan untuk membeli kembali daripada pelanggan yang puas.

- b. true (1 Point)
- c. false (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

17. Terminologi kunci dari definisi pemasaran menurut American Marketing Association adalah

- b. Proses (0 Point)
- c. Penjualan (0 Point)
- d. Pelanggan (0 Point)
- e. Nilai (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

18. Dari tiga pernyataan berikut: (i) fokus pada pembuatan produk berkualitas (ii) Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan (iii) Fokus pada penjualan produk saat ini .Urut-urutan filosofi pemasaran di atas adalah

- b. Pemasaran; produksi; penjualan (0 Point)
- c. Produksi; pemasaran; penjualan (1 Point)
- d. Ketiganya Pemasaran (0 Point)
- e. Produksi; penjualan; pemasaran (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

19. Bauran pemasaran pada dasarnya mencerminkan:

- b. Sekumpulan keputusan bisnis perusahaan (0 Point)

- c. Produk, harga, promosi, distribusi, riset pasar, peramalan permintaan (0 Point)
- d. Sekumpulan strategi yang ditujukan untuk pasar sasaran (1 Point)
- e. Hasil analisis pasar dan kekuatan internal perusahaan (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

20. Urut-urutan dari siklus hidup produk adalah:

- b. introduction; development; growth; saturation; maturity; decline (0 Point)
- c. introduction; growth; development; maturity; saturation; decline (0 Point)
- d. development; introduction; growth; maturity; saturation; decline (1 Point)
- e. development; introduction; maturity; growth; saturation; decline (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

21. Karakteristik dari siklus hidup produk di tahap Introduction adalah tingkat persaingan rendah.

- b. true (1 Point)
- c. false (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

22. Perusahaan sebaiknya berusaha untuk menghasilkan produk yang sebaik-baiknya; memenuhi kebutuhan pelanggan adalah sebagai hasil dari usaha tsb.

- b. true (0 Point)
- c. false (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

23. Kami adalah perusahaan yang mengoperasikan kereta api", merupakan cara pandang yang sangat direkomendasikan untuk diterapkan oleh PT KAI.

- b. true (0 Point)
- c. false (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

24. Posisi pelanggan pada tangga loyalitas adalah stabil/tetap
- b. true (0 Point)
 - c. false (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

25. The term marketing refers to:
- b. new product concepts and improvements (0 Point)
 - c. advertising and promotion activities (0 Point)
 - d. a philosophy that stresses customer value and satisfaction (1 Point)
 - e. planning sales campaigns. (0 Point)
 - f. Selling products (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

26. Marketing is about:
- b. Making profit (0 Point)
 - c. Buyers and sellers (0 Point)
 - d. Exchanging money for market offering (0 Point)
 - e. Understanding customer needs. (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

27. The way in which the product is delivered to meet the customers' needs refers to:
- b. new product concepts and improvements (0 Point)
 - c. selling (0 Point)
 - d. advertising and promotion activities (0 Point)
 - e. place or distribution activities. (1 Point)
 - f. product value (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

28. _____ is defined as the difference between the benefits a customer sees from a market offering and the costs of obtaining those benefits:

- b. Customer value (1 Point)
- c. Satisfaction scale (0 Point)
- d. Profit margin (0 Point)
- e. Competitive benefit. (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

29. Which of the following is NOT consistent with a manager having a marketing orientation?

- b. Inventory levels are set with customer requirements and costs in mind (0 Point)
- c. Customer relationship focuses on customer satisfaction before and after sale, leading to a profitable long-run relationship (0 Point)
- d. Focus of advertising is on product features and how products are made (1 Point)
- e. Packaging is designed for customer convenience and as a selling tool. (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

30. E-commerce is generally understood to be identical to e-business

- b. true (1 Point)
- c. false (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

31. Content shared through blogs, media sites and communities are categorized as:

- b. Paid media (0 Point)
- c. Owned media (0 Point)
- d. Earned media (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

32. Which of the following is not a type of digital marketing activity?

- b. e-marketing (0 Point)
- c. Social marketing (0 Point)
- d. Internet marketing (0 Point)
- e. Print advertising (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

33. Current changes in behaviors clearly show that _____ is taking over more and more of consumer online searches

- b. Social media (0 Point)
- c. Mobile (1 Point)
- d. Internet (0 Point)
- e. Blog (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

34. Key words of digital marketing definition from Chaffey and Chadwick:

- b. Marketing communication (0 Point)
- c. Digital objectives (0 Point)
- d. Traditional marketing (0 Point)
- e. Traditional communication (1 Point)
- f. Digital communication (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

35. Key words of digital marketing definition from Chaffey and Chadwick:

- b. Marketing communication (0 Point)
- c. Digital objectives (0 Point)
- d. Traditional marketing (0 Point)

e. Traditional communication (1 Point)

f. Digital communication (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

36. Google Analytics dan Google Optimize merupakan contoh dari:

b. Digital softwares (0 Point)

c. Digital media (0 Point)

d. Digital platforms (0 Point)

e. Digital technologies (0 Point)

f. Digital marketing technologies (1 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

37. Salah satu saluran utama dari media digital adalah:

b. Partner marketing (1 Point)

c. Owned media (0 Point)

d. Market place (0 Point)

e. E-commerce (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

38. Digital platform adalah:

b. Alat interaksi di antara para penggunanya (0 Point)

c. Sebuah infrastruktur berbasis perangkat lunak (1 Point)

d. Alat transaksi di antara para penggunanya (0 Point)

e. Sebuah infrastruktur komunikasi (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question

39. Contoh transaksi yang tepat adalah (C: Consumer; B: Business):

- b. LinkedIn: C2C (0 Point)
- c. Consumer feedback: C2B (1 Point)
- d. Blogs: C2B (0 Point)
- e. Priceline: C2C (0 Point)

Answer/Solution:

This is a solution or feedback of question