**** PEMERINTAH PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA

**DINAS PENDIDIKAN**

**SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN ( SMK ) NEGERI 50 JAKARTA**

**KELOMPOK : BISNIS DAN MANAJEMEN**

Jalan Cipinang Muara I Jtinegara Jakarta Timur 13420 Tlp/Fax : 021 8194466

Website : www.smk50jkt.sch.id – Email : [smk\_limapuluh@yahoo.com](mailto:smk_limapuluh@yahoo.com)

SOAL PENILAIAN TENGAH SEMESTER (PTS) GENAP

TAHUN PELAJARAN 2019 / 2020

Nama Pelajaran : Pengelolaan Bisnis Ritel

Kelas : XI

Program Jurusan : PEMASARAN 1 & 2

Guru mata Pelajaran : Siti Sarah Nurafiani, S.Pd

Waktu : 60 menit

Email : nurafianisarah@gmail.com

1. **Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat !**

1. Dibawah ini merupakan faktor kelas sosial yang mempengaruhi perilaku konsumen, adalah …..

a. Kombinasi pendapatan

b. Jarak tempat tinggal

c. Pekerjaan

d. Pendidikan

e. Kekayaan

2. Dibawah ini yang termasuk ke dalam faktor-faktor budaya pada pasar konsumen adalah …..

a. Motivasi

b. Kelas sosial

c. Peranan status

d. Pekerjaan

e. Pendidikan

3. Tipe pembeli yang sangat detail dan penuh pertimbangan serta cenderung agak cerewet yaitu ….

a. Tipe pembeli penhubung

b. Tipe pembeli apatis

c. Tipe pembeli analitis

d. Tipe pembeli aktualisasi diri

e. Tipe pembeli implusif

4. Persepsi, motivasi, pengetahuan, keyakianan, dan sikap merupakan faktor-faktor dari …..

a. Faktor pribadi

b. Faktor sosial

c. Faktor psikologi

d. Faktor budaya

e. Faktor marketing strategy

5. Perhatikan pernyataan berikut ini :

1. Orang yang membeli pakaian untuk di pakai
2. Orang yang akan membeli handphone
3. Orang yang akan membeli buku untuk menambah pengetahuan
4. Seorang ibu yang akan membeli susu untuk anaknya
5. Orang yang akan membeli komputer

Yang termasuk contoh ke dalam tipe pembeli aktualisasi diri adalah …..

1. 2 dan 3
2. 4 dan 5
3. 1, 2 dan 4
4. 1 dan 3
5. 2 dan 4

6. Pembeli yang suka bertukar informasi dengan penjualnya, atau memberi saran akan produk yang sering dipergunakan atau dibutuhkan, yaitu …..

a. Pembeli penyetir

b. Pembeli analitis

c. Pembeli implusif

d. Pembeli informatif

e. Pembeli penghubung

7.Tipe pembeli yang sangat detail dan penuh pertimbangan serta cenderung agak cerewet disebut …

1. Pembeli penghubung
2. Pembeli apatis
3. Pembeli analitis
4. Pembeli aktualisasi diri
5. Pembeli implusif

8. Tipe yang kepribadiannya seperti direktur sangat terbuka, tergesa-gesa tidak sabar dan ingin langsung pada inti pembicaraan disebut ….

1. Pembeli bersosialisasi
2. Pembeli penyetir
3. Pembeli implusif
4. Pembeli aktualisasi diri
5. Pembeli infotmatif

9. Aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi, atau membuang barang atau jasa pada proses pembelian merupakan pengertian perilaku menurut ….

1. Engel, Blackwell
2. Schiffman dan Kanuk
3. Philip Kotler
4. Mowen
5. Solomon

10. Proses ketika individu atau kelompok menyeleksi, membeli, menggunakan atau membuang produk, pelayanan, ide dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhannya merupakan pengertian perilaku menurut ….

1. Engel, Blackwell
2. Schiffman dan Kanuk
3. Philip Kotler
4. Mowen
5. Solomon

11. Studi bagaimana individu, kelompopk dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka merupakan pengertian perilaku konsumen menurut ….

1. Engel, Blackwell
2. Schiffman dan Kanuk
3. Philip Kotler
4. Mowen
5. Solomon

12. Perhatikan pernyataan berikut :

1. Konsumen memiliki jumlah pendapatan yang tetap
2. Daya atau nilai guna daru uang tetap atau konstan
3. Total utility bias bersifat melengkapi (additive) atau berdiri sendiri (independent)
4. Konsumen yang aktif
5. Konsumen yang bersifat rasional

Yang merupakan asumsi yang digunakan dalam pendekatan cardinal adalah ……

1. i, ii dan iii
2. ii dan iii
3. iii dan iv
4. ii dan v
5. iv dan v

13. Suatu dayaguna atau nilai guna yang bias diukur dengan satuan uang atau utilitas, nilai guna tersebut memiliki tingatan yang sesuai dengan subjek yang menilainya ….

a. Pendekatan matematika

b. Pendekatan ekonomi

c. Pendekatan stastistika

d. Pendekatan Ordinal

e. Pendekatan kardinal

14. Perhatikan pernyataan berikut ini :

1. Pelayanan
2. Barang
3. Harga
4. Periklanan
5. Sosial budaya

Yang merupakan variable marketing strategy yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen, adalah …

1. 1 dan 5
2. 2, 3 dan 5
3. 2 dan 4
4. 2, 3 dan 4
5. 1 dan 4

15. Salah satu profesi yang bertugas untuk menganalisis dan memahami tentang suatu hal, merupakan manfaat perilaku konsumen bagi…..

a. Konsultan

b. Birokat

c. Peneliti

d. Produsen

e. Manajer

16. Perhatikan pernyataan berikut ini :

1. Asas manfaat
2. Asas Keadilan
3. Asas memilih
4. Asas pemberdayaan
5. Asas kepaastian hukum

Yang bukan termasuk asas-asas perlindungan konsumen adalah ….

1. 1, 2, 3 dan 5
2. 1, 2 dan 5
3. 3 dan 5
4. 3 dan 4
5. 1 dan 2

17. Pasal UU No. 8 tahun 1999 pelindungan konsumen, Pasal yang mengatur tentang hak pelaku usaha yaitu…..

a. Pasal 5

b. Pasal 6

c. Pasal 7

d. Pasal 8

e. Pasal 9

18. Kewajiban pelaku usaha dalam perlindungan konsumen diatur pada UU perlindungan konsumen pasal …..

a. Pasal 7

b. Pasal 8

c. Pasal 9

d. Pasal 5

e. Pasal 6

19. Pasal 5 UU No. 8 tahun 1999 Perlindugan konsumen membahas tentang ……

a. Hak konsumen

b. Kewajiban konsumen

c. Asal perlindungan konsumen

d. Hak pelaku usaha

e. Kewajiban pelaku usaha

20. Memberikan keseimbangan anttara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual merupakan asas ……

a. Keseimbangan

b. Keadilan

c. Prinsip

d. Manfaat

e. Kepastian hukum

21. Perhatikan pernyataan berikut :

1. Hak untuk mendapatkan kepuasaan konsumen
2. Hak untuk menerima pembayaran
3. Hak unutuk mendapatkan perlindungan konsumen dari tindakan konsumen yang beritikda tidak baik
4. Hak untuk memilih barang/jasa
5. Hak untuk rehabilitasi nama baik kita jika terbukti secara hukum

Yang bukan termasuk hak-hak produsen adalah ….

1. 1 dan 4
2. 2, 3 dan 4
3. 3 dan 5
4. 4 dan 5
5. 1, 2 dan 5

22. Segala upaya yang menjamin adanya kepastian hokum untuk memberikan perindungan konsumen, merupakan definisi dari ……

a. Perlindungan konsumen

b. Hukum perlindungan konsumen

c. Perilaku konsumen

d. Konsumen

e. Semua jawaban salah

23. Pasal Undang-Undang perlindungan konsumen,yang membahas tentang hak-hak konsumen yaitu …..

a. Pasal 2

b. Pasal 3

c. Pasal 5

d. Pasal 4

e. Pasal 1

24. Perhatikan Pertanyaan berikut ini :

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan
2. Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang atau jasa
3. Tidak mengandung cacat tersembunyi
4. Melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan
5. Berasal dari daerah tertentu

Yang bukan termasuk larangan dalam periklanan adalah …

1. i, ii, dan v
2. iii dan iv
3. ii, iii dan iv
4. ii dan v
5. iii dan iv

25. Perhatikan pernyataan berikut ini :

1. Berasal dari daerah tertentu
2. Tidak mengandung cacat tersembunyi
3. Mengelabui jaminan/garansi
4. Barang atau jasa tersebut tersedia
5. Tidak memasang label

Yang bukan termasuk larangan dalam menawarkan/ produksi yaitu adalah …..

1. i, ii, dan v
2. iii dan iv
3. ii, iii dan iv
4. ii dan v
5. iii dan v

26. Pada tanggal ……. Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) telah menyepakati Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen untuk disahkan oleh pemerintah.

a. 31 Maret 1998

b. 30 Maret 1999

c. 29 Maret 1998

d. 27 Juni 1999

e. 2 Oktober 1999

27. Diserahkan kepada kesadaran masing-masing pembeli untuk mempertahankan hak-haknya disebut …

a. The statute of apprentices

b. Let the buyer beware

c. Standar countract

d. Provity of contract

e. Product liability

28. Perhatikan pernyataan berikut ini :

1. Berasal dari daerah tertentu
2. Tidak mengandung cacat tersembunyi
3. Mengelabui jaminan/garansi
4. Barang atau jasa tersebut tersedia
5. Tidak memasang label

Yang termasuk larangan dalam menawarkan/ produksi yaitu adalah …..

1. i, ii, dan v
2. iii dan iv
3. ii, iii dan iv
4. ii dan v
5. iii dan v

29. Perhatikan Pertanyaan berikut ini :

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan
2. Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang atau jasa
3. Tidak mengandung cacat tersembunyi
4. Melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan
5. Berasal dari daerah tertentu

Yang termasuk larangan dalam periklanan adalah …

1. 1, 2, dan 4
2. 3 dan 4
3. 2, 3 dan 4
4. 2 dan 5
5. 3 dan 4

30. Perhatikan Pertanyaan berikut ini :

1. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan
2. Memuat informasi yang keliru, salah atau tidak tepat mengenai barang atau jasa
3. Tidak mengandung cacat tersembunyi
4. Melanggar etika atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan
5. Tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan

Yang termasuk larangan dalam periklanan adalah …

1. 3 dan 5
2. 3 dan 4
3. 2, 3 dan 4
4. 2, 4 dan 5
5. 3, 4 dan 5

**B. ESSAY**

1. Jelaskan pengertian perilaku konsumen menurut pendapat kalian !

2. Tuliskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen menurut philip kotler dan Gary Amstrong !

3.Jelaskan pengertian gaya hidup menurut pendapat kalian dan berikan contohnya !

4. Tuliskan 5 kewajiban konsumen !

5. Apa pengertian dari The due care Theory !

EMAIL GURU : nurafianisarah@gmail.com