Institut Informatika & Bisnis
DARMAJAYA
Yayasan Alfian Husin

SOAL UJIAN TENGAH SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Mata Kuliah	: **Consumer Behavior Analisis**	**Dosen**	**: PROF. DR. ANUAR SANUSI., M.SI**
Kode Mk	; MMA311631	Waktu	: 120 Menit
Jurusan	: Magister Manajemn	Kelas	: 3MM-DM
Sifat	: ~~Open~~/Close Book (*)	Hari /Tanggal	:
Ket	: Teori/~~Praktikum~~ (*)		

Petunjuk Pengerjaan Soal :

1. Berdo'alah sebelum mengerjakan Soal Ujian
2. Baca soal dengan teliti

SOAL:

1. Bagaimana perilaku konsumen dapat memengaruhi strategi pemasaran suatu perusahaan..? Selain dari itu (1) apa perbedaan antara kebutuhan dan keinginan konsumen, lalu berikan contoh untuk masing-masing; (2) bagaimana faktor demografis, sosial, psikologis, dan pribadi memengaruhi perilaku konsumen; (3) Apa peran kelompok referensi dalam pembentukan perilaku konsumen lalu berikan contoh dari kehidupan sehari-hari; (4) Jelaskan konsep pusat informasi dan pusat keputusan dalam pengambilan keputusan konsumen; (5) Apa yang dimaksud dengan siklus hidup produk dan bagaimana hal itu dapat memengaruhi perilaku konsumen; (6) bagaimana perubahan teknologi dapat memengaruhi perilaku konsumen lalu Berikan contoh perubahan teknologi yang signifikan dan dampaknya; dan (7) mengapa pemahaman tentang psikologi warna penting dalam merancang kemasan produk.?
2. Bagaimana konsep realitas yang beragam sesuai dengan pandangan konstruktivisme? Jelaskan mengapa pandangan ini menekankan pentingnya konteks dan pengalaman individu dalam membentuk pemahaman tentang realitas. Mengapa penting bagi peneliti yang mengadopsi paradigma konstruktivisme untuk memahami perspektif dan pengalaman subjektif peserta penelitian? Bagaimana hal ini dapat memperkaya interpretasi hasil penelitian…?
3. **Philosophy Of Barnes And Noble**. Semakin banyak konsumen yang kita tarik ke toko dan semakin lama mereka didorong untuk tinggal, semakin banyak buku yang kita jual.? Dari pernyataan diatas anda menjelaskan: (1) Bagaimana Barnes and Noble menciptakan pengalaman yang mendorong konsumen untuk tinggal lebih lama di toko?; (2) bagaimana meningkatnya jumlah kunjungan konsumen dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan; (3) Bagaimana strategi menarik konsumen dan memperpanjang waktu tinggal dapat dihubungkan dengan pertumbuhan penjualan buku; dan (4) Bandingkan filosofi Barnes and Noble dengan strategi pesaingnya dalam menarik konsumen. Apa yang membedakan pendekatan mereka?

4. Apa yang dimaksud dengan keterlibatan konsumen terhadap suatu produk? Berikan contoh konkretnya?. Jelaskan juga tentang (1) Analisis bagaimana tingkat pengetahuan konsumen dapat berpengaruh pada keterlibatan mereka terhadap suatu produk; (2) Bagaimana keterlibatan konsumen dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian?; (3) Sejauh mana keterlibatan konsumen dapat dianggap sebagai indikator keberhasilan strategi pemasaran suatu produk?; (4) bagaimana perkembangan teknologi dapat memengaruhi pengetahuan dan keterlibatan konsumen terhadap produk?
5. Bagaimana perubahan dalam tren budaya dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen? Lalu jelaskan strategi pemasaran yang dapat mengambil keuntungan dari perubahan dalam faktor personal atau psikologis yang signifikan.?
6. Bandingkan ***The Utilitarian atau instrumental function dan The value-expressive function*** menurut Katz. Bagaimana keduanya dapat berinteraksi atau bertentangan dalam konteks pengambilan keputusan?; dan Bagaimana perusahaan atau organisasi dapat menggunakan pemahaman tentang fungsi sikap untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif?

SELAMAT MENCOBA (GOOD LUCK)