



**UNIVERSITAS 'AISYIYAH YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI, ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**  
**UJIAN AKHIR SEMESTER**  
**SEMESTER GENAP 2021/ 2022**

<b>Mata Kuliah</b>	<b>: Manajemen Pemasaran</b>	<b>Program Studi</b>	<b>: S1 Manajemen</b>
<b>Semester/ Kelas</b>	<b>: 4/ A</b>	<b>Dosen Penguji</b>	<b>: Era Agustina Yamini, S.E., M.Sc</b>
<b>Sifat Ujian</b>	<b>: <i>Take home</i></b>		

**Ketentuan ujian :**

- Ujian merupakan ujian *take home*
- **Jawaban tidak boleh sama, bagi jawaban yang sama tidak akan mendapatkan nilai, baik yang dicontek atau yang menyontek.**
- Jawaban diketik dengan format ;
  - Jawaban langsung diberikan pada *platform* lensa, **tidak perlu mengunggah file**
  - Jawaban paling lambat dikirim pada hari yang sama, 19 Juli pukul 12.00 WIB dan bagi yang mengirimkan melewati batas akhir/ terlambat tidak akan dinilai
  - Jawaban dapat diisi melalui [lensa.unisayogya.ac.id](http://lensa.unisayogya.ac.id) pada ruang pengumpulan yang telah disediakan

**SO'AL :**

1. Sebuah organisasi non-profit (milik pemerintah) akan melakukan *launching* produk barunya pada bidang jasa pelayanan publik. Menurut Anda, perlu tidak organisasi tersebut melakukan: pemberian merek (nama) dari produk barunya, promosi, dan membentuk strategi pemasaran pada produk baru tersebut. Jelaskan. **Skor 20**
2. Dewasa ini kita mengenal istilah pemasaran *online* (pemasaran dalam jaringan). Jika dikaitkan dengan pemasaran global, apakah kaitan antara pemasaran *online* dengan pemasaran global? Jelaskan disertai dengan contoh **Skor 10**

3. Anda merupakan seorang manajer manajemen pemasaran pada sebuah perusahaan nasional. Perusahaan tempat Anda bekerja berencana *me-launching* sebuah lini produk baru dengan menasar pasar remaja dan Anda dipercaya untuk memimpin *project* tersebut. Strategi *marketing mix* seperti apa yang akan Anda terapkan pada *project* lini produk baru tersebut? Jelaskan **Skor 30**
  
4. **Vespa** adalah merek sepeda motor jenis skuter yang berasal dari Italia. Perusahaan induk dari Vespa, adalah **Piaggio**. Belakangan ini vespa mulai mengikuti tren motor matik yang menghadirkan skuter matik dengan harga yang terbilang tinggi dibandingkan dengan motor matik lainnya yang beredar di Indonesia. Namun, harga tinggi tersebut tidak mengurangi niat konsumen untuk membelinya. Menurut pendapat Anda, *value* apa yang diberikan oleh Vespa Matic kepada konsumen sehingga konsumennya rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membeli vespa matic tersebut? Jelaskan dengan mengaitkan pada teori yang ada pada Manajemen Pemasaran. **Skor 40**

Selamat Menikmati

*Have a good luck*