	UJIAN TENGAH SEMESTER SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2005/2006 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	--

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
 HARI/TANGGAL : SENIN, 22 DESEMBER 2005
 WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
 SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
 PETUNJUK UJIAN :

20%

1. a. Apakah pengertian jasa? 5%

b. Menurut Fitzsimmons dan dan Sullivan, jasa erat kaitannya dengan tahap perkembangan aktivitas ekonomi. Tahap perkembangan aktivitas ekonomi meliputi apa saja, jelaskan? 15%

25%

2. Jelaskan pandangan *relationship marketing* melalui **Model Enam Pasar!** 25%

11%

3.a. Apakah pengertian *mission statement*? 5%

b. Apa yang perlu dihindari dalam perumusan mission statement? 6%

26%

4.a. Apa bedanya perusahaan yang melakukan segmentasi dan yang tidak melakukan segmentasi? 6%


b. Bagaimana kriteria segmen yang baik untuk dimasuki (5)? 20%

18%

5. a. *Marketing mix* jasa terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion*, ditambah *People, Process* dan *Customer Service*. Jelaskan yang anda mengerti dari *People, process*, dan *Customer Service*.

18%

Kerjakan selengkap mungkin !!

	UJIAN SISIPAN SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2005/2006 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	---

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
HARI/TANGGAL : SENIN, 3 JANUARI 2006
WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
PETUNJUK UJIAN : KERJAKAN PENGHITUNGAN SAMPAI DENGAN KESIMPULAN
12%

1. Matrix Ansoff


		Produk / Jasa	
		Sekarang	Baru
Pasar	Sekarang	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk/Jasa
	Baru	Pengembangan Pasar	Diversifikasi

- a. Jelaskan strategi yang dilakukan dengan kondisi produk sekarang dan pasar sekarang.
b. Jelaskan strategi yang dilakukan dengan kondisi produk sekarang dan pasar baru.
- 25%
2. BEM Universitas X di Jogjakarta mengelola penginapan, untuk mencari dana bagi kegiatan organisasi mereka.
- a. Anton ketua seksi usaha dana menginginkan penghasilan selama satu tahun Rp3.600.000.000,00. Dengan jumlah kamar terjual selama 1 tahun 3.600 kamar. (Harga rata-rata kamar Rp 3,6 milyar/3.600 kamar= Rp 100.000).
- b. Jumlah kamar yang dipunyai 10 kamar.
8 kamar tipe kelas yaitu kamar kelas 1, kamar kelas 2, kamar kelas 3, kamar kelas 4.
2 kamar paling sederhana
- c. Anton menginginkan kamar tipe kelas 4 diberi tambahan biaya fasilitas Rp 25.000
- d. Anton menginginkan kamar tipe kelas 3 → 20% lebih mahal dari kelas 2
2 → 40% lebih mahal dari kelas 2
1 → 80% lebih mahal dari kelas 2

Tentukan harga jual per jenis kamar!

- 16%
3. Disekeliling stadion Wilis dipasang umbul-umbul bergambar rokok Djarum karena hari ini ada pertandingan Liga Djarum. Tunjukkan mana yang **sales promotion**, dan mana yang **Advertising!**
- 16%
4. a. Beri 2 contoh konkrit (siapa) masing-masing dari:
-Contactors -Modifiers -Influencers -Isolateds
b. Apakah yang dimaksud internal marketing?
- 16%
5. Ada 8 dimensi pengukuran kualitas jasa. uraikan 4 saja berikut contohnya (jangan keliru dengan 5 dimensi SERVQUAL)!
- 16%
6. Ada dua kemungkinan yang dirasakan pelanggan, setelah membeli/mengonsumsi jasa, yaitu puas atau tidak puas. Apa yang selanjutnya dilakukan pelanggan ketika ia tidak puas, buat bagan kemungkinan perilakunya!

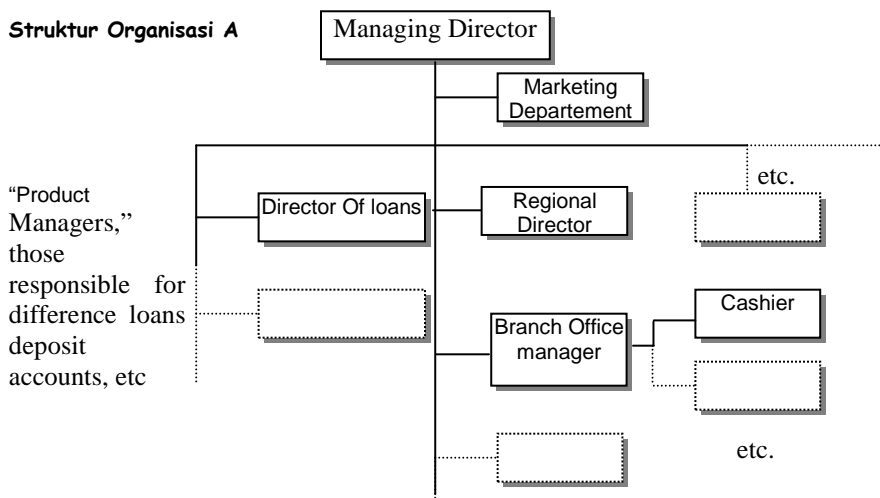
++++++

	UJIAN AKHIR SEMESTER SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2005/2006 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	---

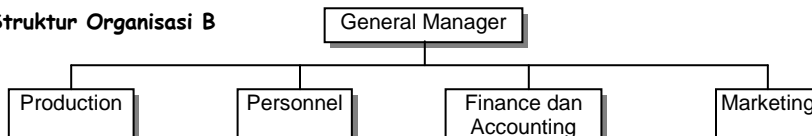
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
 HARI/TANGGAL : RABU, 1 FEBRUARI 2006
 WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
 SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
 PETUNJUK UJIAN :

15% 1. Kedua struktur organisasi ini akan menentukan, apakah sistem dalam organisasi baik atau tidak, **tunjukkan dan jelaskan** perbedaan ke dua struktur ini, melalui kemampuan departemen pemasarannya!

Struktur Organisasi A



Struktur Organisasi B



20% 2. Menurut teori pemasaran ada 9 teknik yang dapat digunakan untuk mengatasi dan menyelesaikan konflik yang terjadi dalam tubuh organisasi, **sebut dan jelaskan** 5 saja yang anda ketahui!

16% 3 a. Apakah tugas SIP (2 saja)?

b. Untuk melaksanakan tugas SIP dari point a di atas, maka harus dilakukan 4 hal, 3 diantaranya antara lain adalah **Sistem Pencatatan Internal, Sistem Intelijen Pemasaran, Sistem Riset Pemasaran**. Jelaskan 3 hal tersebut!

8% 4. **Jelaskan** 2 perbedaan antara Situs dan Provider!

25% 5. **Sebut dan jelaskan** 5 macam jasa yang digunakan dalam jasa portal Internet (Macam situs)!

16% 6. Anda telah mengetahui pada bab satu, tentang 4 ciri jasa yang membedakannya dengan barang, yaitu **Intangible, Heterogenity, Inseparability (tak dapat dipisahkan), dan Perishability (tak disimpan)**. Internet pun sebagai jasa juga memenuhi 4 hal tersebut. Jelaskan 4 ciri tersebut pada internet.



UJIAN PERBAIKAN
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2005/2006
FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN
UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
HARI/TANGGAL : SELASA, 21 FEBRUARI 2006
WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
PETUNJUK UJIAN :

20% 1. **Jelaskan** arti dari ciri jasa berikut ini:

- a. tidak berwujud
- b. tidak dapat disimpan
- c. tidak dapat dipisahkan
- d. berbagai jenis

10% 2. **Jelaskan** pengertian dari pemasaran Relasional (*Relationship Marketing*)!

10% 3. **Sebut dan jelaskan** 2 kesalahan yang harus dihindari dalam perumusan *Mission Statement*!


- 15% 4. a. **Mengapa** perusahaan jasa harus melakukan segmentasi pasar? 5%
b. **Jelaskan** dua saja, kriteria segmen yang bagaimana, yang harus dipilih perusahaan? 10%

10% 5. **Jelaskan** apa yang dimaksud *positioning* suatu perusahaan di mata konsumennya, dan **apa** tujuannya?

14% 6. **Sebutkan** apa saja 7 elemen *marketing mix* jasa!

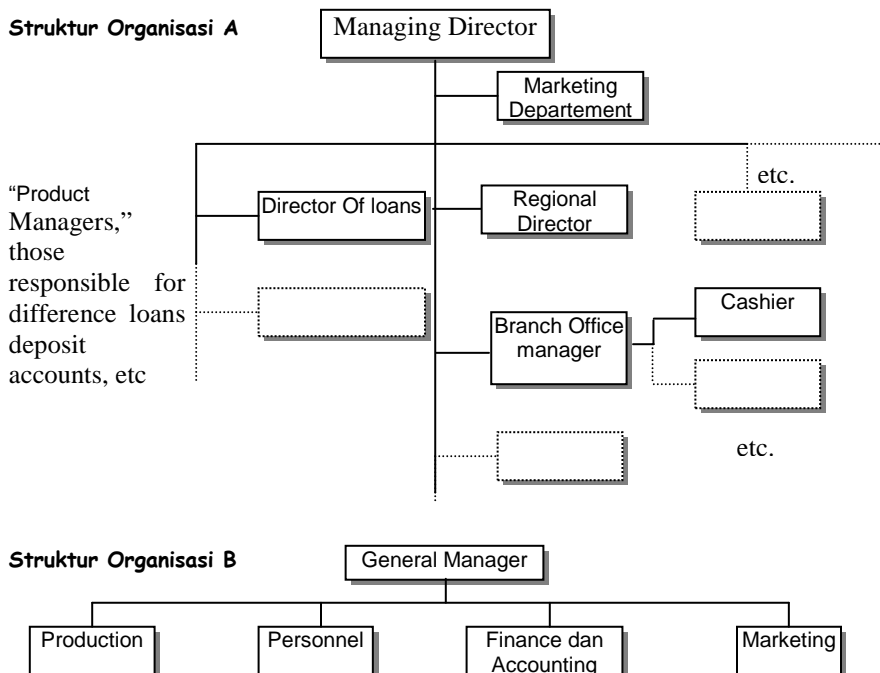
- 21% 7. a. Berikan masing masing 2 contoh dari periklanan dan *sales promotion*? 10%
b. **Jelaskan** 2 hal yang mungkin dilakukan oleh pelanggan ketika ia merasa tidak puas setelah mengkonsumsi jasa! 11%

+ GOD BLESS YOU +

	UJIAN AKHIR SEMESTER SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2005/2006 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	--

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
HARI/TANGGAL : JUMAT, 3 FEBRUARI 2006
WAKTU : (09.25 –11.00) 100 MENIT
SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
PETUNJUK UJIAN : SOAL KHUSUS **STEFANUS FERDIAN**

8% 1. Kedua struktur organisasi ini akan menentukan, apakah sistem dalam organisasi baik atau tidak, **tunjukkan dan jelaskan** perbedaan ke dua struktur ini, melalui kemampuan departemen pemasarannya!



20% 2. Menurut teori pemasaran ada 5 tahap proses konflik yang terjadi dalam tubuh organisasi, **jelaskan** 5 tahapan proses konflik tersebut!


24% 3. **Jelaskan** pengertian dari **Situs, portal Internet, provider, website, dan homepage, search engine!**

16% 4. **Sebut dan jelaskan** 4 macam jasa yang digunakan dalam jasa portal Internet (macam situs)!

20% 5. Kualitas informasi- bukan kuantitas- itulah tujuan dari sistem informasi pemasaran kualitas jasa, **sebut dan jelaskan** 5 kriteria informasi yang berkualitas!

12% 6. a. Untuk apakah sebuah perusahaan mempunyai SIP (2)?

b. Untuk melaksanakan tugas SIP dari point a di atas, maka harus dilakukan 4 hal, 2 diantaranya antara lain adalah **Sistem Pencatatan Internal, Sistem Intelijen Pemasaran**. **Jelaskan** 2 hal tersebut!

	UJIAN TENGAH SEMESTER SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2006/2007 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	---

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
 HARI/TANGGAL : SENIN, 15 NOPEMBER 2006
 WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
 SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
 PETUNJUK UJIAN : BILA PERLU SERTAILAH CONTOHNYA.

28%

1. a. Apakah pengertian jasa? 4%
- b. Sebutkan 3 karakteristik jasa! Jelaskan! 12%
- c. Jelaskan 3 klasifikasi jasa menurut kesamaannya dengan operasi manufaktur! 9%
- d. Jelaskan pengertian *Relationship Marketing*! 3%

18%

2. a. Jelaskan pengertian *Mission Statement*! 3%
- b. Sebutkan 3 tujuan adanya *Mission Statement*! 9%
- c. Kekeliruan (2) apakah yang sering terjadi dalam perumusan *Mission Statement*. 6%

21%

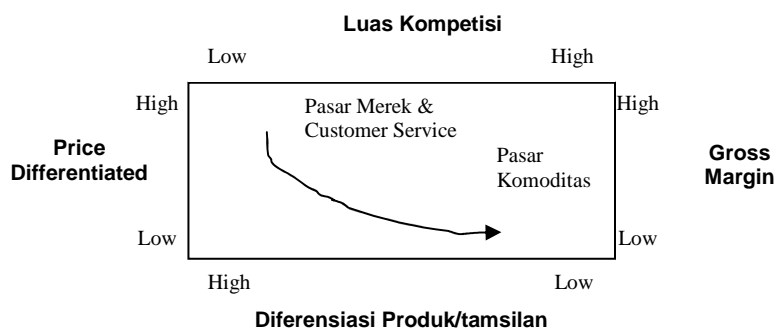
- 3.a. Gambarkan: Pemasaran tanpa pembedaan, dengan pembedaan, dan terkonsentrasi! 12%
- b. Apakah yang dimaksud *positioning*? 3%
- c. Jelaskan 2 kesalahan *positioning*! 6%

21%

4. a. Sebutkan 3 elemen *Marketing Mix* jasa yang berbeda dengan *Marketing Mix* barang? 3%
- b. Apakah bedanya *contactors* dan *modifieds*? 6%
- c. Apakah bedanya *complexity* dan *divergence*? 6%
- d. Apakah sama pengertian barang dengan produk? 6%

12%

- 5 a. Apakah bedanya *core product* dan *product surround*? 6%
- b. Jelaskan gambar *brand to commodity continuum* berikut! 6%



+++

	UJIAN AKHIR SEMESTER SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2006/2007 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	--

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
 HARI/TANGGAL : RABU, 31 JANUARI 2007
 WAKTU : (09.25-11.05) 100 MENIT
 SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
 PETUNJUK UJIAN : BERI CONTOH BILA PERLU.

36%

1. a. Sebutkan 3 tujuan penentuan harga dalam perusahaan jasa. 6%
 - a. Apa perbedaan elastis dan inelastis dalam konteks hubungan harga dan jumlah barang yang diminta. 8%
 - b. Sebutkan 3 tujuan periklanan! 6%
 - c. Sebutkan 4 komponen bauran promosi! 8%
 - d. *Internal Marketing* menciptakan efektifitas kerja SDM sebelum berhubungan dengan konsumen. Jelaskan 2 aspek penting dalam konsep *Internal Marketing*. 8%


50%

2. a. Sebutkan dan jelaskan 3 dimensi SERVQUAL! 12%
 - b. Ada 5 kesenjangan kualitas pelayanan sebut dan jelaskan 2 saja! 8%
 - c. Gambarkan bagan perilaku konsumen yang puas dan tidak puas setelah proses pembelian jasa ! 10%
 - d. Ada 5 faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yang harus diperhatikan perusahaan, sebut dan jelaskan 3 saja! 12%
 - e. Mengapa kualitas informasi pada SIM harus *Credible*, mengapa juga harus *precise and useful*? 8%

14%

3. a. Sebutkan berbagai bisnis jasa yang ditawarkan oleh situs (3). 6%
 - b. Jelaskan *Inseparability* dan *Perishability* pada pemasaran jasa situs. 8%

+++

	<p>UJIAN PERBAIKAN SEMESTER SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2006/2007 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN</p>
---	---

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
HARI/TANGGAL : RABU, 21 FEBRUARI 2007
WAKTU : (07.30-09.10) 100 MENIT
SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
PETUNJUK UJIAN : BILA PERLU SERTAILAH CONTOHNYA.

21%

1. a. Apakah pengertian jasa? 5%
b. Sebutkan 2 karakteristik jasa! Jelaskan! 6%
c. Jelaskan pengertian *Relationship Marketing*! 5%
d. Jelaskan pengertian *Mission Statement*! 5%


40%

2. a. Sebutkan 2 tujuan adanya *Mission Statement*! 10%
b. Kekeliruan (2) apakah yang sering terjadi dalam perumusan *Mission Statement*. 10%
c. Gambarkan: Pemasaran tanpa pembedaan, dengan pembedaan, dan terkonsentrasi! 15%
d. Apakah yang dimaksud *positioning*? 5%

39%

- 3.a. Sebutkan 3 tujuan penentuan harga dalam perusahaan jasa. 9%
b. Apa perbedaan elastis dan inelastis dalam konteks hubungan harga dan jumlah barang yang diminta. 10%
c. Sebutkan 4 komponen bauran promosi! 8%
d. Sebutkan dan jelaskan 2 dimensi SERVQUAL! 12%

+++

	UJIAN TENGAH SEMESTER SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2007/2008 FAKULTAS EKONOMI-JURUSAN MANAJEMEN UNIKA WIDYA MANDALA MADIUN
---	---

MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN JASA
 HARI/TANGGAL : KAMIS, 15 NOPEMBER 2007
 WAKTU : (09.25-11.05) 100 MENIT
 SIFAT UJIAN : *CLOSED BOOK*
 PETUNJUK UJIAN :

34,5%

- 1 a. Sebut dan jelaskan 3 karakteristik jasa! 12%
- b. Jelaskan 2 klasifikasi jasa menurut Griffin! 6%
- c. Jelaskan definisi *Relationship Marketing*! 4%
- d. Jelaskan apa yang disebut pasar koneksi dan pasar internal? 8%
- e. Sebutkan 3 unsur utama dalam *mission statement*! 4,5%

35%

- 2.a. Pada saat apakah perusahaan tidak mendasarkan perencanaannya pada *mission statement*? Mengapa? 6%
- b. Mengapa perusahaan perlu melakukan segmentasi pasar dan apakah segmentasi pasar itu? 6%
- c. Sebutkan 4 kriteria segmen yang membantu untuk memutuskan sebuah segmen diambil atau tidak! 6%
- d. Apakah pengertian *positioning*? Beri 1, contoh bentuk *positioning* di perusahaan jasa! 5%
- e. Sebut dan jelaskan 3 kesalahan *positioning*! 12%

30,5%

3. a. Sebutkan 3 tambahan dari 4P/ *Marketing mix* untuk produk jasa? 4,5%
- b. Sebut dan jelaskan 2 tipe *Physical Evidence* dalam jasa, beri contohnya! 8%
- c. Ada 4 kategori *the Offer* menurut kotler, jelaskan 2 saja! 6%
- d. Dalam strategi *branding*, menurut Avijith Ghosh ada 3 tipe merek, sebut dan jelaskan 2 saja! 6%
- e. Jelaskan pengertian *contactors* dan *modifier*! 6%

+++