

DSM 17

SULIT

SPSS/APR2016/DPP1063



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
PEPERIKSAAN AKHIR**

KURSUS	:	FUNDAMENTAL OF MARKETING
KOD KURSUS	:	DPP1063
PEPERIKSAAN	:	APRIL 2016
MASA	:	2 JAM 30 MINIT

ARAHAN KEPADA CALON

1. Kertas soalan ini mengandungi **TIGA (3)** bahagian:
 - BAHAGIAN A (20 Markah)
 - BAHAGIAN B (60 Markah)
 - BAHAGIAN C (20 Markah)

2. Jawab SEMUA soalan dari BAHAGIAN A, BAHAGIAN B dan SATU (1) soalan dari BAHAGIAN C .
 - i. Jawab BAHAGIAN A di dalam Borang Jawapan Betul/Salah
 - ii. Jawab BAHAGIAN B dan C di dalam Buku Jawapan. Mula menjawab setiap jawapan di mukasurat baru.

3. Calon tidak dibenarkan membawa masuk sebarang peralatan ke dalam bilik peperiksaan kecuali dengan kebenaran pengawas peperiksaan.

4. Sila pastikan bahan-bahan berikut diperolehi untuk sesi peperiksaan ini:
 - i. Kertas Soalan
 - ii. Borang Jawapan Betul/Salah
 - iii. Buku Jawapan

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU
KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 9 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN

PART A/ BAHAGIAN A

This part consists of TWENTY (20) questions. Answer ALL the questions in the True / False Answer Sheet.

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH (20) soalan. Jawab SEMUA soalan di dalam Borang Jawapan Betul/Salah.

1. The marketing concept emphasizes the profit based solely on the number or volume of sales.
Konsep pemasaran menekankan kepada keuntungan semata-mata berdasarkan jumlah atau volum jualan.

2. Value and customer's orientation and the changing geopolitical situation is a challenge in today's marketing.
Nilai dan orientasi pelanggan yang sering berubah dan keadaan geopolitik menjadi cabaran kepada pemasaran masa kini.

3. The economic downturn and influences from developed countries does not give an impact towards the development of the world's economy and any developing countries.
Kemerosostan ekonomi dan pengaruh negara maju tidak memberi kesan ke atas perkembangan ekonomi dunia dan negara-negara yang sedang membangun.

4. Micro environment is an environment that do not give impact directly on the activity of marketers in an effort to bring products and services to consumers.
Persekitaran mikro adalah satu persekitaran yang tidak memberi impak secara langsung kepada aktiviti pemasar dalam usahanya membawa keluaran dan perkhidmatan kepada pengguna.

5. Brand competition refers to the output produced by domestic companies which will compete with products produced by foreign companies.
Persaingan jenama merujuk kepada keluaran yang dihasilkan oleh syarikat domestik yang akan bersaing dengan keluaran yang dihasilkan oleh syarikat luar negara.

6. Understanding consumers' behavior is a study related to the purchase decision making process by which buyers come to purchase and use the product.
Memahami gelagat pengguna adalah kajian yang berkaitan dengan proses pembuatan keputusan belian oleh pembeli yang datang untuk membuat pembelian dan menggunakan keluaran.
7. Buyer's Black Box Model is a model that describes the behavior of buyer's stimulus and response.
Model kotak hitam pembeli adalah suatu model yang menerangkan rangsangan dan maklumbalas gelagat pemasar.
8. Target market refers to the market's division according to several categories of users or segments.
Pasaran Sasaran merujuk kepada pembahagian pasaran mengikut beberapa kategori pengguna atau segmen.
9. Market Segmentation refers to the individual market segments that have the characteristics or properties analogous that can persuade purchasing decisions.
Segmentasi pasaran merujuk kepada individu yang mempunyai ciri-ciri atau sifat seakan-akan sama yang boleh mempengaruhi keputusan pembelian.
10. Psychographic refers to age, income, gender, background, ethnicity and status which is the basic of the consumer market segmentation.
Psikografik merujuk kepada faktor umur, pendapatan, jantina, latar belakang, etnik serta status yang merupakan asas segmentasi pasaran pengguna.
11. View yourself, other's point of views, opinions and insights fundamental organization of society is an element of demographic factors.
Pandangan diri sendiri, pandangan orang lain, pandangan organisasi dan pandangan asas masyarakat adalah elemen bagi faktor demografi.

12. Coverage marketing methods or strategies that is more effective than mass marketing is called differentiated marketing (Niche)
Kaedah atau strategi liputan pasaran yang lebih efektif daripada pemasaran massa disebut sebagai pemasaran terbeza (Nich).
13. Positioning is a concept that can affect user's thinking and persuade users in using the products continuously when there is demand.
Perletakan merupakan konsep yang dapat mempengaruhi pemikiran pengguna supaya dapat menggunakan terus keluaran tersebut apabila wujud keperluan.
14. Convenience goods are goods purchased by the user after the user have compared the price, quality, relevance and style in the purchasing process
Barang mudah beli adalah barangan yang dibeli oleh pengguna setelah pengguna tersebut membuat perbandingan harga, kualiti, kesesuaian dan gaya dalam proses pembeliannya.
15. Labeling is important to inform consumers about the safety of a product, especially if the product using of chemicals.
Perlabelan penting bagi memberitahu pengguna tentang keselamatan kandungan sesuatu keluaran terutamanya jika keluaran tersebut menggunakan bahan kimia.
16. Special items refer to items purchased when there is an urgent need of an umbrella during a rain purchased.
Barang istimewa merujuk kepada barangan yang dibeli apabila wujud keperluan yang mendesak seperti payung yang dibeli semasa hujan.
17. Branding is the process of communicating the quality of the output by using certain symbols such as a name, symbol and design.
Penjenamaan adalah satu proses mengkomunikasikan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol-simbol tertentu seperti nama, lambang dan rekabentuk.

18. Distribution refers to the activity of the company distributes products to target consumers through the use of distribution channels.

Pengagihan merujuk kepada aktiviti syarikat mengagihkan keluaran kepada pengguna sasaran melalui penggunaan saluran agihan.

19. Agents are individuals or firms that help to distribute the output produced by manufacturers.

Agen adalah individu atau firma yang membantu mengedarkan keluaran yang dihasilkan oleh pengeluar.

20. Retailers are middlemen who buy products in small quantities and sell the products directly to end users.

Peruncit adalah orang tengah yang membeli keluaran dalam kuantiti yang kecil dan menjual keluaran terus kepada pengguna akhir.

(20 marks/ 20 markah)

PART B/ BAHAGIAN B

This part consists of SIX (6) questions. Answer ALL questions in Answer Booklet.

Bahagian ini mengandungi ENAM (6) soalan. Jawab SEMUA soalan sahaja di dalam Buku Jawapan.

QUESTION 1/ SOALAN 1

- a. Explain the definition of marketing

Berikan definisi pemasaran.

(2 marks/ 2 markah)

- b. Explain **FOUR (4)** important elements of basic concepts of marketing.

*Huraikan **EMPAT (4)** elemen penting dalam konsep asas pemasaran.*

(8 Marks/ 8 markah)

QUESTION 2/ SOALAN 2

- a. List **THREE (3)** factors of the Macro Environment.

*Senaraikan **TIGA (3)** faktor persekitaran makro.*

(3 marks/ 3 markah)

QUESTION 3 / SOALAN 3

- a. Briefly describe the meaning of consumer behaviour.

Huraikan maksud gelagat pengguna.

(3 marks/ 3 markah)

- b. List **THREE (3)** types of buying decisions.

*Senaraikan **TIGA (3)** jenis keputusan pembelian.*

(3 marks/ 3 markah)

QUESTION 4/ SOALAN 4

- a. List **FOUR (4)** basics of consumer market segmentation.
Senaraikan EMPAT (4) segmentasi pasaran pengguna.
(4 marks/ 4 markah)
- b. Describe **FOUR (4)** basic criterias of effective segmentation.
Huraikan EMPAT (4) kriteria segmentasi yang berkesan.
(4 marks/ 4 markah)
- c. Describe the concept of positioning.
Jelaskan konsep perletakan.
(4 marks/ 4 markah)

QUESTION 5/ SOALAN 5

- a. The consumer goods of purchased is an output bought by the end user a personal use purposes. List **FOUR (4)** types of consumer goods.
Barangan pengguna adalah keluaran yang dibeli oleh pengguna akhir untuk tujuan kegunaan peribadi. Senaraikan EMPAT (4) jenis barangan pengguna.
(4 marks/ 4 markah)
- b. What is a concept of branding? List **THREE (3)** types of branding.
Apakah yang dimaksudkan dengan konsep penjenamaan? Senaraikan TIGA (3) jenis penjenamaan.
(4 marks/ 4 markah)
- c. List **THREE (3)** functions of labeling.
Senaraikan TIGA (3) fungsi perlabelan.
(3 Marks/ 3 markah)

- d. List **FOUR (4)** advantages of a good branding.

*Senaraikan **EMPAT (4)** kelebihan memiliki jenama yang unggul.*

(4 marks/ 4 markah)

QUESTION 6/ SOALAN 6

- a. List **FOUR (4)** roles of distribution channel.

*Senaraikan **EMPAT (4)** peranan yang dimainkan oleh saluran agihan.*

(4 marks/ 4 markah)

- b. Distribution refers to the activity of the company distributes products to target consumers through the use of distribution channels. Illustrate the last distribution channel chosen by the manufacturer.

Pengagihan merujuk kepada aktiviti syarikat mengagihkan keluaran kepada pengguna sasaran melalui penggunaan saluran agihan. Ilustrasikan saluran agihan yang terakhir yang dipilih oleh pengeluar.

(5 marks/ 5 markah)

- c. Explain the meaning and concept of selective distribution and give appropriate examples.

Jelaskan maksud dan konsep pengagihan terpilih dan berikan contoh yang bersesuaian.

(5 marks/ 5 markah)

PART C/BAHAGIAN C

This part consists of **TWO (2)** questions. Answer only **ONE (1)** question in Answer Booklet.

Bahagian ini mengandungi DUA (2) soalan. Jawab SATU (1) soalan sahaja di dalam Buku Jawapan.

QUESTION 1/ SOALAN 1

The product life cycle is a stage that needs to be passed by every product that enters the market during its production life. Draw a diagram of product life cycle and analyze the **FOUR (4)** stages in the product life cycle.

*Kitaran hayat keluaran adalah satu siri peringkat yang akan dilalui oleh setiap keluaran yang memasuki pasaran di sepanjang hayat pengeluarannya. Oleh itu, lukiskan gambarajah kitaran hayat keluaran dan seterusnya menganalisis **EMPAT (4)** peringkat di dalam kitaran hayat keluaran.*

(20 marks/ 20 markah)

QUESTION 2/ SOALAN 2

Promotion is a medium of a marketer communicates information about their products to consumers. Promotion plays an important role in attracting the attention of many towards a product. State **FOUR (4)** objectives of the promotion and analysis **FOUR (4)** advertisings media that can help marketers in advertising products.

*Promosi adalah satu bentuk usaha pemasar mengkomunikasikan maklumat tentang keluarannya kepada pengguna. Promosi memainkan peranan yang penting untuk menarik perhatian ramai terhadap sesuatu produk. Nyatakan **EMPAT (4)** objektif promosi dan analisis **EMPAT (4)** media pengiklanan yang dapat membantu pemasar dalam mengiklankan pengeluarannya.*

(20 marks/ 20 markah)

**END OF QUESTION PAPER
KERTAS SOALAN TAMAT**