



---

**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR  
PEPERIKSAAN AKHIR**

---

**NAMA KURSUS : FUNDAMENTAL OF MARKETING**  
**KOD KURSUS : DSM1023**  
**PEPERIKSAAN : MEI 2017**  
**MASA : 2 JAM 30 MINIT**

---

**ARAHAN KEPADA CALON**

1. Kertas soalan ini mengandungi **TIGA (3)** bahagian:  
BAHAGIAN A (20 Markah)  
BAHAGIAN B (20 Markah)  
BAHAGIAN C (60 Markah)
2. Calon tidak dibenarkan membawa masuk sebarang peralatan ke dalam bilik peperiksaan kecuali dengan kebenaran pengawas peperiksaan.
3. Sila pastikan bahan-bahan berikut diperolehi untuk sesi peperiksaan ini:
  - i. Kertas Soalan
  - ii. Kertas Jawapan Objektif
  - iii. Buku Jawapan

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU**

---

*KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 18 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN*



**BAHAGIAN A**

This part consist of **TWENTY (20)** questions. Answer **ALL** the questions in the Objective Answer Sheet.

Soalan ini mengandungi **DUA PULUH (20)** soalan. Jawab semua soalan di dalam Borang Jawapan Objektif.

1. The marketing concept refers to the process of

- A. consumers choosing high-quality output, a wide range of features and high performance
- B. consumers buying a product if the organization is trying to carry out a promotional production and aggressive sales efforts
- C. planning, implementing concept, pricing, promotion and production of idea, goods or services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals
- D. concerning the affairs and welfare of consumers and the public

1. *Konsep pemasaran merujuk kepada proses*

- A. *pengguna memilih keluaran yang berkualiti tinggi, mempunyai pelbagai ciri dan berprestasi tinggi*
- B. *pengguna membeli atau memiliki sesuatu produk jika organisasi pengeluaran tersebut berusaha menjalankan promosi dan usaha jualan yang agresif*
- C. *merancang, melaksanakan konsep, peletakan harga, promosi serta pengagihan idea, barangan atau perkhidmatan untuk mewujudkan pertukaran yang memuaskan objektif individu atau syarikat*
- D. *mengambil berat tentang hal ehwal dan kebajikan pengguna dan masyarakat*

2. The study of people's vital statistics such as their age, births, deaths and locations is known as :

- a. Sociology
- b. Ecology
- c. Demography
- d. Ethnography

2. *Kajian tentang individu dari segi umur, kelahiran, kematian dan lokasi dikenali sebagai kajian :*

- a. *Sosiologi*
- b. *Ekologi*
- c. *Demografi*
- d. *Etnografi*

3. Which of the following is the best picture shows the company must know the strengths and weaknesses of their respective competitors.

a.



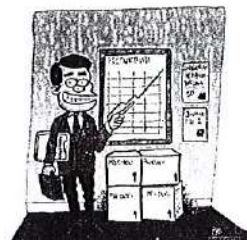
b.



c.



d.



3. Gambar yang mana tepat menunjukkan syarikat perlu mengetahui kekuatan dan kelemahan pesaingnya?

a.



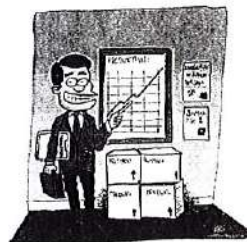
b.



c.



d.



4. The black box buyers consist of two parts which are \_\_\_\_\_.

- the characteristics of users and decision-making process
- brand selection and the selection of the salesman
- the timing of purchases and the amount of the purchase
- propose and decide

4. Kotak hitam pembeli terdiri daripada dua bahagian iaitu \_\_\_\_\_.

- ciri-ciri pengguna dan proses membuat keputusan
- pemilihan jenama dan pemilihan jurujual
- pemilihan masa membuat pembelian dan jumlah belian
- mencadang dan membuat keputusan

5. Among the following, which are the personal factors influencing the consumer decision making?
- I. Economy
  - II. Lifestyle
  - III. Motivation
  - IV. Personality
- A. I, II, III and IV  
B. I, II, and III sahaja  
C. I, II and IV sahaja  
D. I, III and IV sahaja
5. Antara yang berikut, yang manakah faktor peribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna?
- I. *Ekonomi*
  - II. *Gaya hidup*
  - III. *Motivasi*
  - IV. *Personaliti*
- A. *I, II, III dan IV*  
B. *I, II, dan III sahaja*  
C. *I, II dan IV sahaja*  
D. *I, III dan IV sahaja*
6. \_\_\_\_\_ refers to a subgroup of people sharing one or more characteristics that cause them to have similar product needs.
- a. Early majority
  - b. Market segmentation
  - c. Market segment
  - d. Market

6. \_\_\_\_\_ merupakan kumpulan individu yang mempunyai keperluan dan kehendak yang seakan-akan sama.
- Majoriti awal
  - Segmentasi pasaran
  - Pasaran sasaran
  - Pasar

7.

Milo is for all people Nespray is for children Hi-Calcium Milk is for adult
---

Nestle produce variation of products which fulfill the needs of the segments specifically. This refers to the marketing of \_\_\_\_\_.

- mass
- segments
- nich
- Micro

7.

Milo untuk minuman semua Nespray untuk kanak-kanak Susu tinggi kalsium untuk golongan tua
---

Nestle mengeluarkan variasi produknya yang pelbagai yang dapat memenuhi keperluan segmen secara spesifik. Ini merujuk kepada pemasaran \_\_\_\_\_.

- massa
- segmen
- nich
- mikro

8. Jusco in Section 13 have been built near areas with high population person.

This basic segmentation is known as \_\_\_\_\_.

- a. geographical basis
- b. basic demographic
- c. basic psychographics
- d. Basic behavior / consumer behavior

8. Jusco di Seksyen 13 telah didirikan berhampiran kawasan yang mempunyai kepadatan penduduk yang tinggi. Asas segmentasi ini dikenali sebagai \_\_\_\_\_.

- a. asas geografi
- b. asas demografi
- c. asas psikografi
- d. asas gelagat/ kelakuan pengguna

9. The following are the characteristics of Positioning **EXCEPT**;

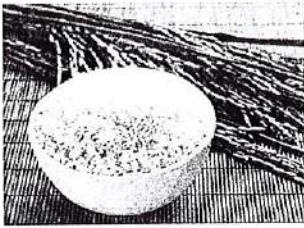
- a. slogan words that describe the specialty of the product
- b. process of matching and communicating the presence of the product
- c. a concept which could influence the consumer's perception
- d. a process of communicating the quality of the product by using symbols

9. Berikut merupakan ciri-ciri Peletakan **KECUALI**;

- a. slogan atau cogan kata yang dapat dikaitkan dengan keistimewaan keluaran
- b. proses untuk membuat penyesuaian dan mengkomunikasikan keadaan keluaran
- c. konsep yang dapat mempengaruhi pemikiran pengguna
- d. proses mengkomunikasikan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol-simbol tertentu



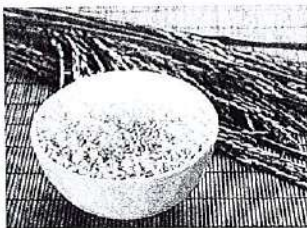
10. The pictures below show different consumer products in the market.



Which type of consumer products best describe all three pictures?

- shopping products
- convenience products
- unsought products
- specialty products

10. Gambar- gambar di bawah menunjukkan pelbagai barangan pengguna di pasaraya.



Yang manakah jenis barang yang tepat mewakili ketiga-tiga gambar tersebut?

- Barang beli belah
- barang mudah beli
- barang tidak dicari
- barang istimewa

11. Business product consists of raw product, \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_.

- instant product, service
- cheap product, service
- capital product, service
- product that can be sold, service

11. *Barangan industri terdiri daripada bahan dan bahagian, \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_*

- a. barangan segera, bekalan dan perkhidmatan*
- b. barangan murah, bekalan dan perkhidmatan*
- c. barangan modal, bekalan dan perkhidmatan*
- d. barangan boleh jual, bekalan dan perkhidmatan*

12. People get easy to find a product which have a brand. Which of the following are the types of brand?

- I. Individual brand
- II. Licensed brand
- III. National brand
- IV. Grouping brand

- a. I and II sahaja
- b. I, II and III sahaja
- c. I, II and IV sahaja
- d. I, II, III and IV

12. Dengan adanya jenama, pengguna mudah mencari keluaran tersebut dengan hanya mengingati namanya. Antara berikut yang manakah jenis jenama?

- I. Jenama persendirian*
- II. Jenama dilesenkan*
- III. Jenama Nasional*
- IV. Jenama kumpulan*

- a. I dan II sahaja*
- b. I, II dan III sahaja*
- c. I, II dan IV sahaja*
- d. I, II, III dan IV*

13. what is the best marketing activity that can be described from the picture below?



- a. Promoting
- b. Branding
- c. Labelling
- d. Packaging

13. Apakah aktiviti pemasaran yang tepat untuk gambar dibawah?

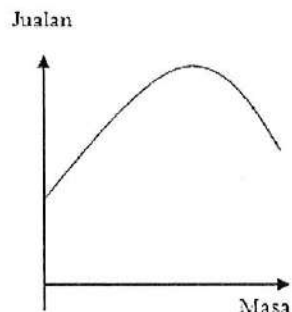


- a. Promosi
- b. Penjenamaan
- c. Perlabelan
- d. Pembungkusan

14. \_\_\_\_\_ brand has no production plants but sell products on the market using their own brand.

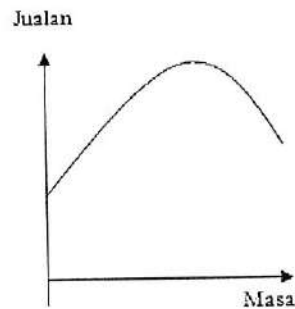
- a. distributor
- b. individual
- c. family
- d. generic

14. Jenama \_\_\_\_\_ tidak mempunyai kilang pengeluaran tetapi menjual produk di pasaran menggunakan jenama mereka sendiri.
- pengedar*
  - individu*
  - keluarga*
  - generik*
15. The product life cycle consists of \_\_\_\_\_.
- introduction - growth - decline
  - development - introduction - growth - maturity - decline
  - development - introduction - maturity - decline
  - development - growth - maturity - decline
15. Kitaran hayat produk terdiri daripada \_\_\_\_\_.
- pengenalan – pertumbuhan – penurunan*
  - pembangunan – pengenalan – pertumbuhan – kematangan – penurunan*
  - pembangunan – pengenalan – kematangan – penurunan*
  - pembangunan – pertumbuhan – kematangan – penurunan*
16. Graf shown below is a kind of products that come quickly, rising and popular, within a short period. Life cycle of this product is called as \_\_\_\_\_.



- style
- fashion
- fad
- illusion

16. Graf yang di ditunjukkan di bawah adalah sejenis gaya produk yang datang secara cepat, meningkat dan popular untuk dalam jangka masa yang singkat. Jenis kitaran hayat produk ini di namakan sebagai \_\_\_\_\_.



- a. Gaya  
b. Fesyen  
c. Fad  
d. Ilusi
17. National Zoo charges lower price ticket for students and children. This strategy is called as \_\_\_\_\_.
- a. segmentation price  
b. psychology price  
c. discount price  
d. international price
17. Zoo Negara mengenakan harga tiket yang lebih rendah bagi pelajar dan kanak-kanak. Strategi ini di kenali sebagai \_\_\_\_\_.
- a. harga tersegmen  
b. harga psikologi  
c. harga diskaun dan elaun  
d. harga antarabangsa

18. A \_\_\_\_\_ is a pricing policy whereby a firm charges a high introductory price which is coupled with heavy promotional activities.

- a. price skimming
- b. penetration pricing
- c. status quo
- d. price fixing

18. \_\_\_\_\_ merupakan polisi harga dimana firma mengenakan harga permulaan yang tinggi seiring dengan aktiviti promosi yang banyak.

- a. Harga tarahan
- b. Harga penembusan
- c. Harga sama dengan harga pasaran
- d. Harga penetapan

19. A general rise in prices without a corresponding increase in wages, which result in decreased purchasing power is known as \_\_\_\_\_.

- a. recession
- b. taxation
- c. deflation
- d. inflation

19. kenaikan harga barang secara berterusan diberi takat pendapatan yang sama akan mengakibatkan kuasa beli menurun dikenali sebagai \_\_\_\_\_.

- a. penurunan ekonomi
- b. percukaian
- c. deflasi
- d. inflasi

20. One of the main advantages of \_\_\_\_\_ advertising is its extreme market selectivity.

- a. television
- b. newspaper
- c. magazine
- d. radio

20. Salah satu kelebihan pengiklanan \_\_\_\_\_ ialah pemilihannya yang meluas.

- a. televisyen
- b. surat khabar
- c. majalah
- d. radio

[20 MARKAH]

**PART B/BAHAGIAN B**

This part consists of **FOUR (4)** questions. Answer **ALL** the questions in the Answer Booklet.

*Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan. Jawab SEMUA soalan di dalam Buku Jawapan.*

**QUESTION 1/SOALAN 1**

Differentiate the concept of needs and wants including examples.

*Bezakan konsep keperluan dan kehendak beserta contoh.*

(5 markah)

**QUESTION 2/SOALAN 2**

State the differences between marketing and sales from the perspective of definition, objectives and product's quality.

*Nyatakan perbezaan antara pemasaran dan jualan dari perspektif tujuan dan kualiti barang.*

(5markah)

**QUESTION 3/SOALAN 3**

Explain **TWO (2)** marketing challenges nowadays.

*Terangkan DUA (2) cabaran pemasaran masa kini.*

(5 markah)

**QUESTION 4/SOALAN 4**

List down **FIVE(5)** micro factors and **FIVE (5)** macro factors in marketing.

*Senaraikan LIMA(5) faktor persekitaran Mikro dan LIMA(5) faktor persekitaran Makro dalam pemasaran.*

(5 markah)

**[20 MARKAH]**



SULIT

**PART C/BAHAGIAN C**

This part consists of **THREE (3)** questions. Answer **ALL** questions in Answer Booklet.  
*Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan. Jawab SEMUA soalan di dalam Buku Jawapan.*

**QUESTION 1/SOALAN 1**

- a. Define Retailers, Wholesaler and Agent.

*Berikan maksud Peruncit, Pemborong dan Agen.*

(6 markah)

- b. Explain **TWO (2)** functions of channel distribution.

*Nyatakan DUA (2) peranan saluran agihan.*

(2 markah)

- c. Describe **FOUR (4)** channel distribution which producer could use.

*Terangkan EMPAT (4) saluran agihan yang boleh dipilih oleh pengeluar.*

(12 markah)

**QUESTION 2/SOALAN 2**

- a. Explain **TWO (2)** types of store of Lini Retailers production with examples.

*Jelaskan DUA (2) jenis kedai di bawah peruncit Lini keluaran beserta contoh.*

(4 markah)

- b. Describe types of store under Low Price Retailers below:

- i. Discount stores
- ii. Factory outlet
- iii. Warehouse clubs
- iv. Convenience stores

*Terangkan jenis-jenis kedai Peruncitan Harga Murah di bawah:*

- i. Gedung diskaun
- ii. Outlet kilang

SULIT

- iii. *Kelab gudang/ borong*
- iv. *Kedai kemudahan*

(6 markah)

- c. State **FOUR (4)** advantages and **FOUR (4)** disadvantages of Franchising.  
Berikan **EMPAT (4)** kebaikan dan **EMPAT (4)** kelemahan perniagaan Francais.

(8 markah)

- d. Give **TWO (2)** examples Franchisors.  
Berikan **DUA (2)** contoh perniagaan Francais.

(2 markah)

### QUESTION 3/SOALAN 3

- a. Promotion is a medium of marketers communicates information about products to consumers. Promotion plays an important role in attracting the attention of many toward a product. State **FOUR (4)** objectives of the promotion and analysis **FOUR (4)** advertising 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)

[60 MARKAH]

END OF QUESTION PAPER  
KERTAS SOALAN TAMAT