



UTM
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

School of
Professional and
Continuing
Education
(SPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR
SEMESTER II – SESSION 2021 / 2022 / SEMESTER II – SESI 2021 / 2022
PROGRAM KERJASAMA**

COURSE CODE KOD KURSUS	: DDWG1153 / DDWG2233
COURSE NAME NAMA KURSUS	: PRINCIPLES OF MARKETING PRINSIP-PRINSIP PEMASARAN
YEAR / PROGRAMME TAHUN / PROGRAM	: 1 DDWG / 1 DDWP / 2 DDWG
DURATION TEMPOH	: 3 HOURS (INCLUDING SUBMISSION HOUR) – REFER ATTACHMENT 1 3 JAM (TERMASUK MASA PENGHANTARAN) – RUJUK LAMPIRAN 1
DATE TARIKH	: JUNE 2022 JUN 2022

INSTRUCTION / ARAHAN:

1. The question paper consists of **2 PARTS**: A and B.
Kertas soalan terdiri daripada 2 BAHAGIAN: A dan B.
 2. Section A: Answer **ALL** questions.
Bahagian A: Jawab SEMUA soalan.
 3. Section B: Answer **THREE (3)** questions only.
Bahagian B: Jawab TIGA (3) soalan sahaja.
 4. Write your name, matric no., identity card no., course code, course name, section no. and lecturer's name on the first page (in the upper left corner) and every page thereafter on the answer sheet.
Tulis nama anda, no. matrik, no. kad pengenalan, kod kursus, nama kursus, no. seksyen dan nama pensyarah pada muka surat pertama (penjuru kiri atas) kertas jawapan dan pada setiap muka surat jawapan.
 5. Each answer sheet must have a page number written at the bottom right corner.
Setiap helai kertas jawapan mesti ditulis nombor muka surat pada bahagian bawah penjuru kanan.
 6. Answers should be handwritten, neat and clear.
Jawapan hendaklah ditulis tangan, kemas dan jelas menggunakan huruf cerai.
-

WARNING / AMARAN

Students caught copying / cheating during the examination will be liable for disciplinary actions and the faculty may recommend the student to be expelled from sitting for exam.

Pelajar yang ditangkap meniru / menipu semasa peperiksaan akan dikenakan tindakan disiplin dan pihak fakulti boleh mengesyorkan pelajar diusir dari menduduki peperiksaan.

This examination paper consists of **6** pages including the cover.
Kertas soalan ini mengandungi 6 muka surat termasuk kulit hadapan.

ONLINE EXAMINATION RULES AND REGULATIONS PERATURAN PEPERIKSAAN SECARA DALAM TALIAN

1. Student must carefully listen and follow instructions provided by invigilator.
Pelajar mesti mendengar dan mengikuti arahan yang diberikan oleh pengawas peperiksaan dengan teliti.
2. Student is allowed to start examination only after confirmation of invigilator if all needed conditions are implemented.
Pelajar dibenarkan memulakan peperiksaan hanya setelah pengesahan pengawas peperiksaan sekiranya semua syarat yang diperlukan telah dilaksanakan.
3. During all examination session student has to ensure, that he is alone in the room.
Semasa semua sesi peperiksaan pelajar harus memastikan bahawa dia bersendirian di dalam bilik.
4. During all examination session student is not allowed to use any other devices, applications except other sites permitted by course lecturer.
Sepanjang sesi peperiksaan pelajar tidak dibenarkan menggunakan peranti dan aplikasi lain kecuali yang dibenarkan oleh pensyarah kursus.
5. After completing the exam student must inform invigilator via the set communication platform (eg. WhatsApp etc.) about completion of exam and after invigilator's confirmation leave examination session.
Selepas peperiksaan selesai, pelajar mesti memaklumkan kepada pengawas peperiksaan melalui platform komunikasi yang ditetapkan (contoh: Whatsapp dan lain-lain) mengenai peperiksaan yang telah selesai dan meninggalkan sesi peperiksaan selepas mendapat pengesahan daripada pengawas peperiksaan.
6. Any technical issues in submitting answers online have to be informed to respective lecturer within the given 30 minutes. Request for re-examination or appeal will not be entertain if complains are not made by students to their lecturers within the given 30 minutes.
Sebarang masalah teknikal dalam menghantar jawapan secara dalam talian perlu dimaklumkan kepada pensyarah masing-masing dalam masa 30 minit yang diberikan. Permintaan untuk pemeriksaan semula atau rayuan tidak akan dilayan sekiranya aduan tidak dibuat oleh pelajar kepada pensyarah mereka dalam masa 30 minit yang diberikan.
7. During online examination, the integrity and honesty of the student is also tested. At any circumstances student is not allowed to cheat during examination session. If any kind of cheating behaviour is observed, UTM have a right to follow related terms and provisions stated in the respective Academic Regulations and apply needed measures.
Semasa peperiksaan dalam talian, integriti dan kejujuran pelajar juga diuji. Walau apa pun keadaan pelajar tidak dibenarkan menipu semasa sesi peperiksaan. Sekiranya terdapat sebarang salah laku, UTM berhak untuk mengikuti terma yang dinyatakan dalam Peraturan Akademik.

SECTION A / [BAHAGIAN A]

30 MARKS / [30 MARKAH]

INSTRUCTION : Answer **ALL** questions.

[ARAHAN : Jawab **SEMUA** soalan.]

Q1. Briefly explain the SIX (6) buyer-readiness stages along with the marketing strategies used at each stage.

[Jelaskan dengan ringkas ENAM (6) tahap kesediaan pembeli bersama dengan strategi pemasaran yang digunakan pada setiap peringkat.]

(6M)

Q2. Marketers can choose from push promotion or pull promotion strategies. Define and compare these TWO (2) strategies.

[Pemasar boleh memilih DUA (2) strategi promosi tekanan atau promosi tarikan. Berikan maksud dan bandingkan DUA (2) strategi ini.]

(6M)

Q3. Briefly explain THREE (3) actions that a company should take when their competitors cut their selling prices.

[Terangkan secara ringkas TIGA (3) tindakan yang perlu diambil oleh syarikat apabila pesaing mereka mengurangkan harga jualan mereka.]

(6M)

Q4. What are the different dimensions of a company's product mix? Briefly describe each dimension.

[Apakah dimensi yang berbeza bagi campuran produk sesebuah syarikat? Huraikan secara ringkas setiap dimensi.]

(6M)

Q5. What consumers will think when there is a price increases and price cuts?

[Apakah pendapat pengguna apabila berlaku peningkatan harga dan penurunan harga?]

(6M)

SECTION B / [BAHAGIAN B]

30 MARKS / [30 MARKAH]

INSTRUCTION : Answer **THREE (3)** questions only.

[ARAHAN : *Jawab TIGA (3) soalan sahaja.]*

Q1. The 2019 Toyota Yaris has finally been officially launched in Malaysia by Toyota Motor. Toyota Yaris comes with the same 1.5 litre Dual VVT-i engine as the sedan, with 107 PS and 140 Nm of torque at 4,200 rpm. The 2NR-FE DOHC unit is paired to a CVT automatic gearbox with seven virtual ratios. Malaysians can choose from three trim levels - J, E and G. The base J spec comes with halogen reflector headlamps with follow-me-home function, LED daytime running lamps, 15-inch rims with 185/60 tyres, door visors, powered wing mirrors, keyless entry and push start, black fabric seats with blue stitching, illuminated scuff plates and a CD player with MP3/USB/AUX/Bluetooth connections. Prices start from RM70,888 for the J, rising to RM76,888 for the E and RM83,888 for the top G. Prices are on-the-road without insurance, and are a couple of thousand ringgit cheaper than the equivalent spec Vios.

[Toyota Yaris 2019 akhirnya dilancarkan secara rasmi di Malaysia oleh Toyota Motor. Toyota Yaris hadir dengan enjin Dual VVT-i 1.5-liter yang sama dengan sedan, dengan tork 107 PS dan 140 Nm pada 4.200 rpm. Unit 2NR-FE DOHC dipasangkan ke kotak gear automatik CVT dengan tujuh nisbah maya. Rakyat Malaysia boleh memilih dari tiga tahap trim - J, E dan G. Spesifikasi base J dilengkapi dengan lampu depan reflektor halogen dengan fungsi 'follow-me-home', lampu LED siang hari, pelek 15 inci dengan tayar 185/60, pelindung pintu, berkuasa cermin sayap, pintu masuk tanpa kunci dan push start, tempat duduk kain hitam dengan jahitan biru, 'plat scuff' yang diterangi dan pemain CD dengan sambungan MP3 / USB / AUX / Bluetooth. Harga bermula dari RM70,888 untuk J, meningkat kepada RM76,888 untuk E dan RM83,888 untuk Top G. Harga di jalan tanpa insurans, dan beberapa ribu ringgit lebih murah daripada spesifikasi setara Vios.]

Source / [Sumber]: <https://paultan.org/2019/04/18/2019-toyota-yaris-launched-in-malaysia-from-rm71k>

a) Based on text above, identify and explain TWO (2) pricing strategies used by Toyota Motor.

[Berdasarkan teks di atas, kenalpasti dan jelaskan DUA (2) strategi penetapan harga yang digunakan oleh Toyota Motor.]

(6M)

- b) Elaborate captive product pricing.

[Huraikan dengan teliti penetapan harga produk 'captive'.]

(4M)

Q2. New product development is the driving force of companies and vital for organic growth. Insatiable consumer appetite, strong worldwide competition, changing consumer behaviour and technology, force companies to invest in new products to succeed or for companies survival.

[Pembangunan produk baru adalah daya penggerak syarikat dan penting untuk pertumbuhan organik. Selera pengguna yang tidak berpuas hati, persaingan di seluruh dunia yang kuat, perubahan tingkah laku dan teknologi pengguna, memaksa syarikat melabur dalam produk baru untuk berjaya atau untuk kelangsungan hayat syarikat.]

- a) Briefly explain all phases in product life cycle.

[Jelaskan dengan ringkas kesemua fasa di dalam kitaran hayat produk.]

(4M)

- b) How successful new product development should be done? Explain THREE (3) approaches that can be use.

[Bagaimanakah pembangunan produk baharu yang berjaya perlu dilaksanakan? Jelaskan TIGA (3) pendekatan yang boleh digunakan.]

(6M)

Q3. Dell carries the tag of being, one of the best computer systems company in the world. Dell is able to sustain a competitive advantage over competitors in the computer industry because of an extremely efficient supply chain/distribution system. Dell is able to achieve superior profits in the industry because they are a knowledgeable user of information, communication, e-commerce, e-business, internet, and web technologies.

[Dell dikenali sebagai salah satu syarikat sistem komputer terbaik di dunia. Dell dapat mengekalkan kelebihan persaingan berbanding pesaing lain dalam industri komputer kerana sistem rantaian bekalan / pengedaran yang sangat efisien. Dell mampu memperoleh keuntungan yang unggul dalam industri kerana mereka adalah berpengetahuan untuk menggunakan maklumat pengguna, komunikasi, e-dagang, e-perniagaan, internet, dan teknologi web.]

- a) How can companies learn about their competitors' strengths and weaknesses?
[Bagaimana syarikat boleh belajar tentang kekuatan dan kelemahan pesaing-pesaing mereka?]

(4M)

- b) Elaborate how service firm managing service differentiation in order to creates a competitive advantage.

[Huraikan dengan teliti bagaimana firma perkhidmatan menguruskan pembezaan perkhidmatan di dalam untuk mencipta kelebihan persaingan.]

(6M)

- Q4.** In the past, many companies used a single channel to sell to a single market or market segment. Today, with the proliferation of customer segments and channel possibilities, more and more companies have adopted multichannel distribution systems.

[Pada masa lalu, banyak syarikat menggunakan saluran tunggal untuk menjual ke segmen pasaran atau pasaran tunggal. Kini, dengan berkembangnya segmen pelanggan dan kemungkinan saluran, semakin banyak syarikat menggunakan sistem pengedaran pelbagai saluran.]

- a) Identify ONE (1) Malaysian company that use multichannel distribution system and briefly explain TWO (2) channels they used.

[Kenalpasti SATU (1) syarikat Malaysia yang menggunakan sistem pengedaran pelbagai saluran dan jelaskan dengan ringkas DUA (2) saluran yang mereka gunakan.]

(6M)

- b) Provide TWO (2) advantages of multichannel distribution systems.

[Berikan DUA (2) kelebihan sistem pengedaran pelbagai saluran.]

(4M)

**** END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT ****