



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
PEPERIKSAAN AKHIR**

NAMA KURSUS : PEMASARAN
KOD KURSUS : DPI 1083
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 (40 Markah)
BAHAGIAN C (40 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. Buku Jawapan

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 11 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN

BAHAGIAN A

Bahagian ini mengandungi **DUA PULUH (20)** soalan.

Jawab **SEMUA** soalan di dalam Borang Jawapan Objektif.

1. Definisi pemasaran ialah _____.
 - A. Satu kaedah pengumpulan data prima dengan memerhati responden, gelagat responden dan situasi.
 - B. Satu sains yang berkaitan dengan populasi manusia.
 - C. Satu proses mengetahui keperluan atau kehendak pembeli dan seterusnya menyediakan barangan atau perkhidmatan yang memenuhi tanggapan mereka.
 - D. Satu proses analisis, perancangan, pelaksanaan dan pengawalan program-program untuk memastikan objektif organisasi tercapai.

2. Persaingan _____ adalah keluaran yang berbeza daripada segi fizikal tetapi mempunyai fungsi dan kegunaan yang sama.
 - A. Jenama
 - B. Antarabangsa
 - C. Keluaran pengganti
 - D. Demografi

3. Menurut Kotler (1991), peringkat pengumpulan data merupakan peringkat yang paling _____ menelan kos dan paling _____ untuk berlakunya kesilapan.
 - I. Banyak
 - II. Sedikit
 - III. Sukar
 - IV. Mudah
 - A. I dan III
 - B. II dan III
 - C. I dan IV
 - D. II dan IV

4. Pembolehubah _____ termasuklah gaya hidup, pendapat pakar, minat dan sikap.

- A. Demografik
- B. Geografik
- C. Psikografik
- D. Seni grafik

5. Berdasarkan kenyataan dibawah;

Persekitaran X	
•	Pesaing
•	Suasana dalam syarikat
•	Pembekal
•	Pelanggan
•	Pengantara pemasaran
•	Masyarakat

Persekitaran X adalah _____.

- A. Pemasaran
- B. Pengguna
- C. Makro
- D. Mikro

6. Lima matlamat pemasaran adalah seperti berikut.

Matlamat 1	Memaksimumkan keuntungan
Matlamat 2	Memaksimumkan penggunaan
Matlamat 3	Memaksimumkan kepuasan pengguna
Matlamat 4	Memaksimumkan pilihan
Matlamat 5	Y

Apakah Matlamat 5 **Y** dibawah?

- A. Memaksimumkan kualiti kehidupan
- B. Memaksimumkan kuantiti kehidupan
- C. Memaksimumkan keperluan diri
- D. Memaksimumkan kualiti pemasaran

7. _____ merujuk kepada kumpulan individu yang mempunyai keperluan dan kehendak yang seakan-akan sama.
- A. Pasaran pengguna
 - B. Pasaran sasaran
 - C. Pasaran perkhidmatan
 - D. Pasaran antarabangsa
8. Pasaran Jualan Semula (*Reseller Market*) terdiri daripada orang tengah yang merangkumi pemborong dan peruncit yang membeli keluaran siap secara pukal dan menjualnya semula dalam kuantiti yang _____.
- A. Banyak
 - B. Lebih besar
 - C. Lebih kecil
 - D. Sama sahaja
9. Berikut merupakan TIGA (3) jenis barangan industri **KECUALI**
- A. Bahan dan bahagian
 - B. Barang modal
 - C. Bekalan dan perkhidmatan
 - D. Barang beli belah
10. Semasa di fasa _____, jualan telah mencapai tahap maksimum dan kos pengeluaran telah menjadi rendah dan murah.
- A. Kematangan
 - B. Pertumbuhan
 - C. Kejatuhan
 - D. Pengenalan
11. Gabungan di antara empat alat promosi iaitu pengiklanan, promosi jualan, _____ dan publisiti dapat menghasilkan campuran promosi yang terbaik.
- A. Pembungkusan
 - B. Jualan persendirian
 - C. Pelabelan
 - D. Penjenamaan

12. Penjenamaan adalah _____.
- A. Proses memasukkan keluaran ke dalam bekas seperti kotak, plastik, tin dan sebagainya sebelum ia dijual kepada pengguna.
 - B. Sebahagian daripada pembungkusan keluaran yang memperkenalkan jenama, pengeluar dan bahan kandungan sesuatu keluaran.
 - C. Proses mengkomunikasikan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.
 - D. Satu siri peringkat yang akan dilalui oleh setiap keluaran yang memasuki pasaran di sepanjang hayat pengeluarannya.
13. Pelabelan adalah _____.
- A. Proses memasukkan keluaran ke dalam bekas seperti kotak, plastik, tin dan sebagainya sebelum ia dijual kepada pengguna.
 - B. Proses mengkomunikasikan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol-simbol tertentu.
 - C. Satu siri peringkat yang akan dilalui oleh setiap keluaran yang memasuki pasaran di sepanjang hayat pengeluarannya.
 - D. Sebahagian daripada pembungkusan keluaran yang memperkenalkan jenama, pengeluar dan bahan kandungan sesuatu keluaran.
14. Taktik _____ bermaksud menetapkan beberapa peringkat harga yang terhad bagi kategori keluaran tertentu.
- A. Harga diskaun
 - B. Harga psikologi
 - C. Harga pukal
 - D. Pembarisan harga
15. _____ adalah barangan yang dibeli apabila wujud keperluan yang mendesak seperti payung dibeli semasa musin hujan dan aspirin dibeli semasa sakit kepala.
- A. Barang beli belah
 - B. Barang istimewa
 - C. Barang tidak dicari
 - D. Barang kecemasan

16. Berdasarkan kenyataan di bawah;

M	Ditujukan kepada pengguna akhir yang akan membuat pembelian atau penggunaan keluaran.
N	Digunakan oleh pengeluar untuk mempromosikan keluaran kepada pemborong dan peruncit.

M dan **N** di atas merujuk kepada _____.

- A. Strategi tolak (*push strategy*), strategi tarik (*pull strategy*)
- B. Strategi tarik (*pull strategy*), strategi tolak (*push strategy*)
- C. Strategi tolak (*push strategy*), strategi tolak (*push strategy*)
- D. Strategi tarik (*pull strategy*), strategi tarik (*pull strategy*)

17. Pasaraya hiper sebenarnya adalah gabungan _____.

- I. Pasaraya
 - II. Kedai diskaun
 - III. Kedai serbaneka
 - IV. Peruncitan pergudangan
- A. I, II dan IV
 - B. I, II dan III
 - C. I, III dan IV
 - D. II, III dan IV

18. Berikut adalah antara tiga pekara yang perlu di ambil kira dalam strategi untuk menentukan sama ada prospek berkelayakan untuk melakukan pembelian atau sebaliknya **KECUALI**

- A. Wang
- B. Pengaruh
- C. Kuasa
- D. Keperluan

19. Jenis kedai barangan khusus adalah merujuk kepada peruncit yang menjual _____ lini keluaran tertentu sahaja di outletnya.
- A. Satu
 - B. Dua
 - C. Tiga
 - D. Empat
20. Pemborong saudagar fungsi terhad boleh dikategorikan kepada dua bentuk iaitu _____.
- A. Agen dan broker
 - B. *Drop shipper* dan *rack jobber*
 - C. Agen dan *rack jobber*
 - D. *Drop shipper* dan broker

[20 MARKAH]

BAHAGIAN B

Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan.

Jawab **SEMUA** soalan di dalam buku jawapan.

SOALAN 1

Berikan definisi bagi setiap terma di bawah:

- a) Strategi Tolak (*push strategy*) (2 markah)
- b) *Rack Jobber* (2 markah)
- c) Persekitaran Mikro (2 markah)
- d) Pembolehubah Demografik (2 markah)
- e) Pembungkusan (2 markah)

SOALAN 2

- a) Apakah yang dimaksudkan dengan Barangan Pengguna. (2 markah)
- b) Jelaskan keempat-empat jenis barang pengguna berikut:
 - i. Barang mudah beli
 - ii. Barang beli belah
 - iii. Barang istimewa
 - iv. Barang tidak dicari(8 markah)

SOALAN 3

- a) Huraikan perbezaan di antara Publisiti dan Perhubungan Awam. (4 markah)
- b) Huraikan secara ringkas **ENAM (6)** Proses Jualan Persendirian. (6 markah)

SOALAN 4

a) Apakah takrifan kepada Memahami Gelagat Pengguna.

(2 markah)

b) Huraikan secara ringkas **EMPAT (4)** Pengaruh Gelagat Pengguna berikut:

- i. Pengaruh Psikologikal
- ii. Pengaruh Peribadi
- iii. Pengaruh Sosial
- iv. Pengaruh Budaya

(8 markah)

[40 MARKAH]

BAHAGIAN C

Bahagian ini mengandungi **TIGA (3)** soalan.

Jawab **DUA (2)** soalan sahaja di dalam Buku Jawapan.

SOALAN 1

a) Berikan definisi Jualan Persendirian.

(2 markah)

b) Huraikan secara terperinci **LIMA (5)** jenis promosi jualan yang terkenal dan sering digunakan oleh pemasar.

(15 markah)

c) Berikan **TIGA (3)** objektif promosi yang mana ia merupakan elemen penting kepada pemasar.

(3 markah)

SOALAN 2

Menurut Kotler (1991) pemasaran adalah suatu proses sosial dan pengurusan di mana individu dan kumpulan memenuhi keperluan dan kehendak mereka melalui penciptaan dan penukaran keluaran serta nilai dengan individu lain.

a) Jelaskan **LIMA (5)** matlamat sistem pemasaran

(5 markah)

b) Beserta dengan gambarajah, huraikan **TUJUH (7)** unsur penting yang membentuk konsep pemasaran teras yang terkandung dalam pemasaran.

(15 markah)

SOALAN 3

- a) Persekitaran Makro meliputi demografi, ekonomi, alam semulajadi, teknologi, politik dan budaya. Huraikan **LIMA (5)** daripada persekitaran tersebut secara terperinci.

(12 markah)

- b) Jelaskan **EMPAT (4)** tahap dalam Kitaran Hayat Keluaran beserta dengan gambarajah.

(8 markah)

[40 MARKAH]

KERTAS SOALAN TAMAT