



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
PEPERIKSAAN AKHIR**

NAMA KURSUS : ASAS PEMASARAN
KOD KURSUS : DSM1023
PEPERIKSAAN : OKTOBER 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. Kertas Jawapan Objektif
 - iii. Buku Jawapan

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 15 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN

PART A / 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 four (4) elements of services include
- A independence, intangibility, inventory, inception.
 - B independence, increase, inventory, intangibility.
 - C intangibility, inconsistency, inseparability, inventory.
 - D intangibility, independence, inseparability, inventory.

Empat (4) elemen perkhidmatan termasuklah

- A *ketidakbergantungan, tidak dapat dilihat, inventori, zahir.*
- B *ketidakbergantungan, kenaikan, inventori, tidak dapat dilihat.*
- C *tidak dapat dilihat, tidak konsisten, ketidakterpisahan, inventori.*
- D *tidak dapat dilihat, ketidakbergantungan, ketidakterpisahan, inventori.*

2. What is marketing?
- A Consumers prefer to high-quality output, a wide range of features and high performance.
 - B Consumers will not buy or have a product unless the organization is trying to carry out a promotional production and aggressive sales efforts.
 - C The achievement of an organization depends on determining the needs and wants of target markets and delivering satisfaction effectively and efficiently than competitors.
 - D Concerned about the affairs and welfare of consumers and the public.

Apakah maksud pemasaran?

- A** *Pengguna lebih gemar kepada keluaran yang berkualiti tinggi, mempunyai pelbagai ciri dan berprestasi tinggi.*
- B** *Pengguna tidak akan membeli atau memiliki sesuatu produk kecuali organisasi pengeluaran tersebut berusaha menjalankan promosi dan usaha jualan yang agresif.*
- C** *Pencapaian matlamat sesebuah organisasi bergantung kepada penentuan keperluan dan kehendak pasaran sasaran dan penyampaian kepuasan dengan cekap dan berkesan berbanding pesaing.*
- D** *Mengambil berat tentang hal ehwal dan kebajikan pengguna dan masyarakat.*

3. What are the two parts of the black box buyers?

- A** The characteristics of users and decision-making process.
- B** Brand selection and the selection of the salesman.
- C** The timing of purchases and the amount of the purchase.
- D** Propose and decide.

Apakah dua bahagian di dalam Kotak hitam pembeli?

- A** *Ciri-ciri pengguna dan proses membuat keputusan.*
- B** *Pemilihan jenama dan pemilihan jurujual.*
- C** *Pemilihan masa membuat pembelian dan jumlah belian.*
- D** *Mencadang dan membuat keputusan.*

4. Which factor that influenced the value, perception and the behaviour of the society?

- A** Technology.
- B** Social and cultural.
- C** Nature.
- D** Economy.

Yang manakah faktor yang mempengaruhi nilai, persepsi serta sikap masyarakat?

- A Teknologi.*
- B Sosial dan kebudayaan.*
- C Semulajadi.*
- D Ekonomi.*

5. Mr. Sani buys goods and services in order to reproduce goods and sell it back to consumer. Mr Sani is involved in
- A** consumer buying behaviour.
 - B** post-purchase.
 - C** retail buyer behaviour.
 - D** business buyer behaviour.

En Sani membeli barangan dan perkhidmatan dengan tujuan diproses dan dijual semula kepada pengguna. Ini bermakna Encik Sani terlibat dengan

- A gelagat pembelian pengguna.*
- B pasca pembelian.*
- C gelagat pembelian runcit.*
- D gelagat pembelian industri.*

6. What are the main objectives of branding?
- A** Identification, repeat sales and new product sales.
 - B** Profit, sales and new product sales.
 - C** Individual identification, repeat sales and revenue.
 - D** Psychological profit, revenue and new product sales.

Apakah objektif penjenamaan?

- A Kenalpastian, jualan semula dan jualan produk baru.*
- B Keuntungan, jualan dan jualan produk.*
- C Pengenalan individu, jualan semula dan hasil.*
- D Keuntungan psikologi, hasil dan jualan produk baru.*

7. Which are the following statements describe the typical target market?
- A A target market will remain stable over time, with the same group of consumers.
 - B Target markets change over time as consumers drop in or out the market.
 - C Target markets are not strongly affected by changes in the external environment.
 - D Target markets only change when the features and benefits of the product offering changes.

Manakah antara pernyataan berikut yang menggambarkan maksud sasaran pasaran yang tepat?

- A *Pasaran sasaran akan sentiasa stabil dan dari kumpulan pengguna yang sama.*
 - B *Pasaran sasaran berubah setiap masa seiring dengan pasaran yang berubah.*
 - C *Pasaran sasaran tidak memberi kesan dengan perubahan persekitaran luaran.*
 - D *Pasaran sasaran berubah apabila ada perubahan ciri-dan kegunaan produk.*
8. Zaleha when to convenience store to buy milk. While she was paying for her milk, she noticed fresh doughnuts. In this example, the doughnuts are _____ products
- A speciality
 - B convenience
 - C shopping
 - D unsought

Zaleha singgah di kedai runcit untuk membeli susu dan dia ternampak beberapa biji donut. Dalam contoh ini, donut merupakan produk

- A *istimewa.*
- B *mudah beli.*
- C *beli belah.*
- D *tidak di cari.*

9. _____ products are purchased with little shopping effort. These products typically are purchased regularly, usually with little planning and require wide distribution.
- A Convenience
 - B Speciality
 - C Branded shopping
 - D Unbranded shipping

_____ adalah keluaran yang memerlukan sedikit usaha, dibeli dengan kerap, dan kebiasaanya hanya memerlukan perancangan pembelian yang rendah dan mudah didapati di mana-mana.

- A Mudah beli
 - B Istimewa
 - C Barangan berjenaman
 - D Barangan tidak berjenama
10. Currently, Sony has more than 24 types of products including tv, projector, home theatre system, mobile phone, mobile phone and many others. This is called as a
- A product mix.
 - B product item.
 - C product differentiation.
 - D product line.

Samsung kini mempunyai lebih dari 24 jenis barangan termasuk projektor, sistem set teater rumah, telefon bimbit dan banyak lagi. Pernyataan ini menggambarkan

- A campuran produk.
- B item produk.
- C pembezaan produk.
- D lini produk.

11. Promotion seeks to modify behavior and thoughts. What are the objectives of promotion?

- A Informing, persuading, and recalling.
- B Informing, recalling, and reminding.
- C Informing, persuading, and reminding.
- D Recalling, persuading, and reminding.

Tujuan promosi adalah mengubah sikap dan fikiran pelanggan. Apakah matlamat dan tugas sebenar promosi?

- A *Memaklumkan, memujuk dan mengingatkan*
- B *Memaklumkan, mengingatkan dan memberi amaran*
- C *Memaklumkan, memujuk dan memberi amaran*
- D *Mengingat, memujuk dan memberi amaran*

12. _____ marketing is divided into smaller markets such as age, size of the market segment, the market for career women, single parent market and markets of other small.

- A Mass
- B Segments
- C Nich
- D Micro

Pemasaran _____ terbahagi kepada pasaran yang lebih kecil seperti umur, segmen pasaran saiz, pasaran wanita bekerjaya, pasaran ibu-bapa tunggal dan pasaran-pasaran kecil yang lain.

- A *massa*
- B *segmentasi*
- C *nich*
- D *mikro*

13. Which of the following is a collection of industrial products that exist in the market

except

- A unsought product.
- B materials and spare parts.
- C capital items.
- D supplies and services.

*Berikut adalah kumpulan produk industri yang wujud di dalam pasaran **kecuali***

- A *produk tidak dicari.*
- B *bahan dan bahan ganti.*
- C *item modal.*
- D *bekalan dan perkhidmatan.*

14. _____ are those who like to take risk and the first person who try out the new ideas.

- A Early majority
- B Late majority
- C Laggards
- D Apprentice

_____ merupakan mereka yang suka risiko dan orang yang pertama sekali mencuba idea yang baru.

- A Majoriti awal
- B Majoriti akhir
- C Golongan tercicir
- D Perintis

15. _____ brand has no production plants but sell products on the market using their own brand.

- A Distributor
- B Individual
- C Family
- D Generic

Jenama _____ tidak mempunyai kilang pengeluaran tetapi menjual produk di pasaran menggunakan jenama mereka sendiri.

- A pengedar
- B individu
- C keluarga
- D generik

16. The product life cycle consists of

- A introduction - growth – decline.
- B development - growth - maturity – decline.
- C development - introduction - maturity – decline.
- D development - introduction - growth - maturity – decline.

Kitaran hayat produk terdiri daripada

- A pengenalan – pertumbuhan – penurunan
- B pembangunan – pertumbuhan – kematangan – penurunan
- C pembangunan – pengenalan – kematangan – penurunan
- D pembangunan – pengenalan – pertumbuhan – kematangan – penurunan

17. A _____ is a pricing strategy where the price of a product is initially set low to rapidly reach wide fraction to the market and initiate word of mouth

- A Price skimming
- B Penetration pricing
- C Status quo
- D Pricing fixing

_____ merupakan strategi harga dimana firma mengenakan harga permulaan yang rendah untuk menembusi pasaran dan pengguna mengetahui kewujudan produk melalui mulut ke mulut.

- A Harga tarahan
- B Harga penembusan
- C Harga sama dengan harga pasaran
- D Harga tetap

18. National Museum charges low price ticket for students and children.

This strategy can be describe as

- A Segmentation price.
- B Psychological price.
- C Discount price.
- D International price.

Muzium Negara mengenakan caj yang rendah ke atas pelajar dan kanak-kanak.

Pernyataan ini merujuk kepada

- A *Harga tersegmen.*
- B *Harga psikologi.*
- C *Harga diskaun.*
- D *Harga antarabangsa.*

19. The following are the characteristics of positioning **except**

- A Slogan words and tagline that describe the speciality 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.

*Berikut merupakan ciri-ciri perletakan **kecuali***

- A *Slogan dan cogankata yang dapat dikaitkan dengan keistimewaan keluaran.*
- B *Proses untuk membuat penyesuaian dan komunikasi produk.*
- C *Konsep yang dapat mempengaruhi pemikiran dan pandangan pengguna.*
- D *Proses mengkomunikasikan kualiti keluaran dengan menggunakan simbol.*

20. The study of people's vital statistics such as their age and location is known a

- A sociology.
- B ecology.
- C demography.
- D ethnography.

Kajian tentang individu dari segi umur dan lokasi dikenali sebagai

- A *sosiologi.*
- B *ekologi.*
- C *demografi.*
- D *ethnografi.*

[20 MARKS/MARKAH]

PART B/BAHAGIAN B

This part consists of **FOUR (4)** questions

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

Answer ALL questions in Answer Booklet.

Jawab SEMUA soalan sahaja di dalam Buku Jawapan

QUESTION1 / SOALAN 1

Give with **five (5)** factors of external (macro) marketing environment and provide example for each factor.

*Berikan **lima (5)** faktor-faktor persekitaran makro dalam pemasaran berserta contoh setiap satu faktor tersebut.*

(10 marks/markah)

QUESTION 2 / SOALAN 2

Explain any **four (4)** factors that influence of consumer decision-making behavior.

*Terangkan **empat (4)** faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna.*

(10 marks/markah)

QUESTION 3 / SOALAN 3

- a. List **five (5)** advantages of having a good brand name

*Senaraikan **lima(5)** kebaikan memiliki jenama yang unggul.*

(5 marks/markah)

- b. Outline **five (5)** categories of new product.

*Senaraikan **lima (5)** kategori produk baharu.*

(5 marks/markah)

QUESTION 4 / SOALAN 4

- a. Name and briefly define **two (2)** types of advertising.

*Jelaskan **dua (2)** jenis pengiklanan.*

(5 marks/markah)

- b. Senaraikan **lima (5)** alat-alat utama perhubungan awam

*List **five (5)** major tools of public relations*

(5 marks/markah)

[40 MARKS/MARKAH]

PART C / BAHAGIAN C

This part consists of **THREE (3)** questions, answer **TWO (2)** questions only

Answer in answer booklet.

Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan, jawab DUA (2) soalan sahaja Jawab di dalam buku jawapan

QUESTION 1 / SOALAN 1

Explain the consumer decision-making process and provide examples for each process.

Bincangkan proses pembelian pengguna dengan memberi contoh setiap proses tersebut.

(20 marks/markah)

QUESTION 2 / SOALAN 2

The product life cycle is a concept that provides a way to trace the stages of a product's acceptances.

Discuss in details for each stages of product life cycle.

Kitaran hayat produk adalah satu konsep yang menyediakan cara untuk mengesan tahap penerimaan orang ramai terhadap produk yang dikeluarkan.

Bincangkan dengan teliti setiap peringkat kitaran hayat produk tersebut.

(20 marks/markah)

QUESTION 3 / SOALAN 3

- a. Explain **two (2)** objectives of promotional activities performed by business firms in the market

*Terangkan **dua (2)** objektif promosi yang dilakukan oleh firma perniagaan di pasaran*

(5 marks/markah)

- b. Explain with appropriate examples, **five (5)** types of sales promotion offered by the firms to their customers.

*Jelaskan dengan contoh yang sesuai **lima (5)** jenis promosi jualan yang boleh ditawarkan oleh firma kepada pelanggan mereka*

(15 marks/markah)

[40 MARKS/MARKAH]

KERTAS SOALAN TAMAT