



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
PEPERIKSAAN AKHIR**

KURSUS	:	PEMASARAN
KOD KURSUS	:	DPI1083
PEPERIKSAAN	:	OKTOBER 2015
MASA	:	2 JAM 30 MINIT

ARAHAN KEPADA CALON

1. Kertas soalan ini mengandungi **EMPAT (4)** bahagian:
 - BAHAGIAN A (20 Markah)
 - BAHAGIAN B (20 Markah)
 - BAHAGIAN C (40 Markah)
 - BAHAGIAN D (20 Markah)
2. Jawab **SEMUA** soalan dari **BAHAGIAN A** dan **BAHAGIAN B**. Jawab **EMPAT(4)** soalan dari **BAHAGIAN C** dan **SATU (1)** soalan sahaja dari **BAHAGIAN D**.
 - i. Jawab **BAHAGIAN A** di dalam Borang Jawapan Objektif
 - ii. Jawab **BAHAGIAN B** di dalam Borang Jawapan Betul/Salah
 - iii. Jawab **BAHAGIAN C** dan **D** 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. Borang Jawapan Objektif
 - iv. Buku Jawapan

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 13 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN

BAHAGIAN A

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH (20) soalan. Jawab SEMUA soalan dalam Borang Jawapan Objektif.

1. Berikut adalah keterangan bagi keperluan **KECUALI**...
 - A. Merupakan asas kepada kehidupan manusia.
 - B. Keperluan bukan dicipta oleh pemasar, ia merupakan asas kejadian manusia.
 - C. Merupakan keperluan manusia yang dibentuk oleh budaya sekeliling.
 - D. Keperluan meliputi keperluan fizikal, sosial, individu dan pencapaian hasrat diri.

2. Antara berikut, yang manakah merupakan cabaran-cabaran pemasaran masa kini?

- i- Internet ✓
- ii- Landskap pemasaran baru ✓
- iii- Pertumbuhan pemasaran organisasi bukan untung ✓
- iv- Persaingan yang tidak sihat

- A. i, ii dan iii
- B. i, ii dan iv
- C. i, iii dan iv
- D. ii, iii dan iv

3. Pilih kenyataan yang **TIDAK BENAR** bagi jenis pasaran pelanggan.

- A. Pasaran pengguna – individu atau isi rumah membeli untuk kegunaan sendiri
- B. Pasaran industri – pihak-pihak yang membeli bagi tujuan pemprosesan
- C. Pasaran peruncit – pihak-pihak yang membeli bagi tujuan penjualan semula
- D. Pasaran antarabangsa – pihak-pihak yang membeli bagi tujuan kegunaan awam

4. Antara berikut, manakah susunan proses pembelian pengguna individu yang **BETUL?**
- A. Carian maklumat → Penilaian alternatif → Pengiktirafan keperluan → Keputusan pembelian → Kelakuan selepas
 - B. Pengiktirafan keperluan → Carian maklumat → Penilaian alternatif → Keputusan pembelian → Kelakuan selepas
 - C. Pengiktirafan Keperluan → Penilaian alternatif → Carian maklumat → Keputusan pembelian → Kelakuan selepas
 - D. Carian maklumat → Pengiktirafan keperluan → Keputusan pembelian → Penilaian alternatif → Kelakuan selepas
5. Berikut merupakan faktor-faktor yang mendorong kepada kelebihan pemasaran nich **KEQUALI...**
- A. Memahami kumpulan pelanggan sasaran
 - B. Margin jualan yang rendah
 - C. Pemasaran yang menguntungkan
 - D. Membuat pengkhususan
6. Berikut adalah jenis pasaran yang terdapat dalam segmen pasaran **KEQUALI...**
- A. Pemasar tidak terbeza
 - B. Pemasar terbeza
 - C. Pemasar tertumpu
 - D. Pemasar tidak tertumpu
7. Antara berikut, yang manakah merupakan kategori campuran pasaran?
- A. Keluaran dan harga
 - B. Keluaran dan saluran pengagihan
 - C. Keluaran, harga dan saluran pengagihan
 - D. Keluaran, harga, saluran pengagihan dan promosi

8. Kenyataan manakah yang **BENAR** bagi produk teras?
- A. Terdiri daripada faedah penyelesaian masalah teras yang pengguna ingin atasi apabila membeli.
 - B. Terdiri daripada faedah-faedah tambahan yang ditawarkan bersama produk.
 - C. Terdiri daripada faedah-faedah tambahan yang ditawarkan bersama produk bagi mewujudkan perbezaan di antara produk sesuatu syarikat dengan pesaing-pesaingnya.
 - D. Terdiri daripada sifat-sifat yang dapat menarik perhatian, dapat dimiliki, digunakan dan mempunyai faedah psikologi dan fizikal yang memuaskan kehendak pengguna.
9. Golongan belia paling ramai terlibat bagi mencari pekerjaan yang menjanjikan pendapatan lebih lumayan. Ini adalah disebabkan oleh faktor...
- A. Perubahan penduduk dunia yang meningkat
 - B. Perubahan struktur umur
 - C. Trend taraf pendidikan yang tinggi
 - D. Perpindahan dari kawasan desa ke bandar
10. Pilih kenyataan yang **BENAR** bagi produk istimewa.
- A. Pengguna sangat setia kepada jenama yang tertentu dan sanggup membayar pada harga yang tinggi.
 - B. Produk yang mana pengguna akan terlebih dahulu mendapatkan maklumat lanjut mengenai ciri-ciri produk, harganya dan pilihan yang ada sebelum membeli.
 - C. Produk yang dibeli dengan perancangan atau usaha yang amat sedikit.
 - D. Produk yang dibeli apabila terdapat keperluan yang terdesak.

11. Berikut merupakan kaedah penentuan harga **KEQUALI...**

- A. Penentuan harga berdasarkan pembeli
- B. Penentuan harga berdasarkan harga kadar lepas
- C. Penentuan harga berdasarkan persaingan
- D. Penentuan harga bida tertutup

12. Yang manakah bukan strategi yang diambil oleh syarikat yang mengeluarkan keluaran baru yang meniru keluaran semasa pesaing?

- A. Strategi premium
- B. Strategi nilai baik
- C. Strategi persekitaran
- D. Strategi lebih caj

13. "Membawa barisan barang yang sempit tetapi mempunyai pelbagai rekabentuk seperti kedai alat sukan". Kenyataan di atas menerangkan tentang _____.

- A. Kedai istimewa
- B. Kedai berjabatan
- C. Kedai super
- D. Kedai mudah beli

14. "Kedai yang mempunyai barisan barang yang terhad tetapi pusingan yang tinggi serta terletak berdekatan dengan kawasan perumahan dan dibuka untuk jangka masa yang lama". Kenyataan di atas menerangkan tentang _____.

- A. Kedai istimewa
- B. Kedai berjabatan
- C. Kedai super
- D. Kedai mudah beli

15. "Keistimewaan pasaraya ini adalah ia memberi pilihan yang banyak kepada pelanggan dengan harga yang murah". Kenyataan di atas menerangkan tentang _____.

- A. Kedai istimewa
- B. Kedai berjabatan
- C. Kedai super
- D. Kedai mudah beli

16. Berikut merupakan keterangan bagi objektif promosi pengguna **KECUALI** ...

- A. Menggalakkan pengguna mencuba produk baru.
- B. Menggalakkan pengguna untuk meningkatkan penggunaan dan pembelian produk yang telah memasuki peringkat matang.
- C. Mengekalkan dan memberi ganjaran kepada pelanggan yang setia.
- D. Menggalakan dan meningkatkan sokongan lebih ramai tenaga jualan terhadap pemasaran produk atau keluaran baru syarikat.

17.

- Sampel
- Kupon
- Tawaran pembayaran kembali tunai
- Tawaran berkembar
- Premium
- Promosi di tempat pembelian
- Peraduan, cabutan bertuah, permainan

Keterangan diatas merujuk kepada _____.

- A. Alat promosi jualan pengguna
- B. Alat promosi jualan perdagangan
- C. Alat promosi jualan faedah
- D. Alat promosi tenaga jualan

18. "Setiap jurujual bertanggungjawab ke atas satu kawasan geografi yang eksklusif dan bertanggungjawab menjual semua barisan keluaran atau perkhidmatan di dalam kawasannya. Kenyataan di atas merujuk kepada _____.

- A. Struktur tenaga jualan wilayah
- B. Struktur tenaga jualan keluaran
- C. Struktur tenaga jualan pelanggan
- D. Struktur tenaga jualan kompleks

19. Antara berikut, yang manakah merupakan kesan negatif pemasaran ke atas pengguna individu?

- i- Harga tinggi
- ii- Amalan penipuan
- iii- Jualan tekanan rendah
- iv- Keluaran yang kurang bermutu atau tidak selamat

- A. i, ii dan iii
- B. i, ii dan iv
- C. i, iii dan iv
- D. ii, iii dan iv

20. "Syarikat menjalankan usaha pemasaran dari sudut pandangan pengguna dan memastikan tiada amalan menipu dan perbuatan yang tidak adil". Keterangan di atas merujuk kepada _____.

- A. Pemasaran berpengetahuan
- B. Pemasaran berorientasikan pengguna
- C. Pemasaran kemasyarakatan
- D. Pemasaran nilai

(20 markah)

BAHAGIAN B

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

1. Perkhidmatan merupakan aktiviti atau faedah yang ditawarkan untuk jualan yang bukan ketara dan tidak mendatangkan pemilikan kepada sesuatu.
2. Pertukaran di dalam pemasaran membawa maksud pertukaran nilai antara dua belah pihak iaitu daripada seorang pemasar kepada seorang pemasar yang lain.
3. Konsep pemasaran beranggapan bahawa pencapaian matlamat sesebuah organisasi bergantung kepada penentuan keperluan dan kehendak pasaran sasaran dan penyampaian kepuasan dengan cekap dan berkesan berbanding pesaing.
4. Antara fungsi pemasaran ialah mengawal dan memantau perolehan bekalan agar tidak menjejaskan pengeluaran atau meningkatkan kos.
5. Pandangan diri sendiri, pandangan orang lain, pandangan organisasi dan pandangan asas masyarakat adalah merupakan contoh-contoh bagi faktor demografi.
6. Faktor peribadi melibatkan usia dan kitaran hayat pembeli, pekerjaan, kedudukan ekonomi, gaya hidup, personaliti dan konsep hidup pembeli.
7. Tanggapan adalah satu proses memilih, menyusun dan menghuraikan input maklumat untuk menghasilkan maksud yang sama tentang dunia ini.
8. Segmentasi pasaran adalah satu proses membahagikan pasaran yang kecil dan mempunyai pelbagai keperluan, ciri dan gelagat pengguna kepada pasaran yang lebih besar, yang mana individu-individu di dalam setiap segmen mempunyai keperluan, kehendak dan gelagat pembelian yang sama.

9. Ciri-ciri pemasaran segmen ialah dapat mengurangkan kos yang boleh menghasilkan harga yang rendah di samping membentuk pasaran yang besar dan berpotensi.
10. Pemasaran individu juga dikenali sebagai pemasaran pasaran-untuk-satu, pemasaran ikut tempahan dan pemasaran satu ke satu.
11. Keboleh ukuran, keboleh sampaian, keboleh tindakan dan keterbezaan merupakan antara ciri-ciri untuk segmentasi yang berkesan.
12. Syarikat kecil memilih segmen pasaran yang kecil dan tidak berapa menarik tetapi berpotensi dari segi strukturnya untuk memberikan keuntungan kepada masyarakat.
13. Pemasaran terbeza merupakan strategi yang sesuai untuk syarikat yang mempunyai sumber-sumber terhad.
14. Item modal adalah produk industri yang membantu di dalam pengeluaran atau operasi pembeli, termasuklah pemasangan dan kelengkapan aksesori.
15. Ekuiti jenama ialah nilai pada jenama iaitu tahap kesetiaan pada jenama, kesedaran pada jenama dan tanggapan kualiti.
16. Harga merupakan sejumlah wang yang dikenakan untuk sesuatu keluaran atau perkhidmatan yang diberikan.
17. Kos tetap ialah kos yang tidak berubah walaupun berapa banyak jumlah pengeluaran atau jualan yang dibuat.
18. Peruncitan kedai melibatkan penjualan barang dan perkhidmatan secara langsung kepada pengguna untuk kegunaan sendiri.
19. Jualan langsung terdiri daripada komunikasi langsung dengan pengguna melalui medium katalog dan pesanan mel.

20. Peruncit ialah mereka yang membeli barang daripada pengeluar atau pemborong dan menjualnya kepada pengguna dan industri perkilangan.

(20 markah)

BAHAGIAN C

Bahagian ini mengandungi ENAM (6) soalan. Jawab EMPAT (4) soalan sahaja di dalam Buku Jawapan.

SOALAN 1

- a) Berikan maksud atau definisi pemasaran. (2 markah)
- b) Persekitaran pemasaran merangkumi persekitaran mikro dan makro. Huraikan EMPAT (4) jenis perantara pemasaran di dalam persekitaran mikro. (8 markah)

SOALAN 2

- a) Huraikan TIGA (3) faktor yang mempengaruhi gelagat pengguna beserta contoh. (6 markah)
- b) Senaraikan EMPAT (4) kelebihan pemasaran nich. (4 markah)

SOALAN 3

- a) Huraikan TIGA (3) jenis penjenamaan yang boleh digunakan oleh syarikat bagi keluaran / perkhidmatan mereka. (6 markah)
- b) Terangkan DUA (2) faedah penjenamaan. (4 markah)

SOALAN 4

a) Kos terbahagi kepada dua iaitu kos tetap dan kos berubah. Berikan maksud bagi kos berubah.

(2 markah)

b) Senaraikan **EMPAT (4)** strategi pelarasan harga.

(8 markah)

SOALAN 5

a) Berikan maksud orang tengah dan huraikan **DUA (2)** kategori orang tengah.

(6 markah)

b) Lakarkan **EMPAT (4)** gambar rajah bagi tahap-tahap saluran agihan.

(4 markah)

SOALAN 6

a) Berikan maksud atau definisi komunikasi.

(2 markah)

b) Huraikan **EMPAT (4)** cara untuk berkomunikasi dengan pengguna di dalam promosi

(8 markah)

BAHAGIAN D

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

SOALAN 1

Mengrekrut dan memilih jurujual adalah penting untuk mendapatkan tenaga jualan yang berkebolehan dan bermotivasi. Bincangkan **LIMA (5)** cara di dalam mengrekrut dan memilih jurujual.

(20 markah)

SOALAN 2

Produk mempunyai beberapa peringkat yang perlu dilalui yang mana disebut juga sebagai kitaran hayat produk. Bincangkan **LIMA (5)** peringkat kitaran hayat produk berserta gambar rajah/graf.

(20 markah)

KERTAS SOALAN TAMAT