



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
FINAL EXAMINATION**

COURSE NAME : FUNDAMENTAL OF MARKETING
COURSE CODE : DSM1023 / DPP1063
EXAMINATION : OCTOBER 2019
DURATION : 3 HOURS

**INSTRUCTION TO CANDIDATES /
ARAHAN KEPADA CALON**

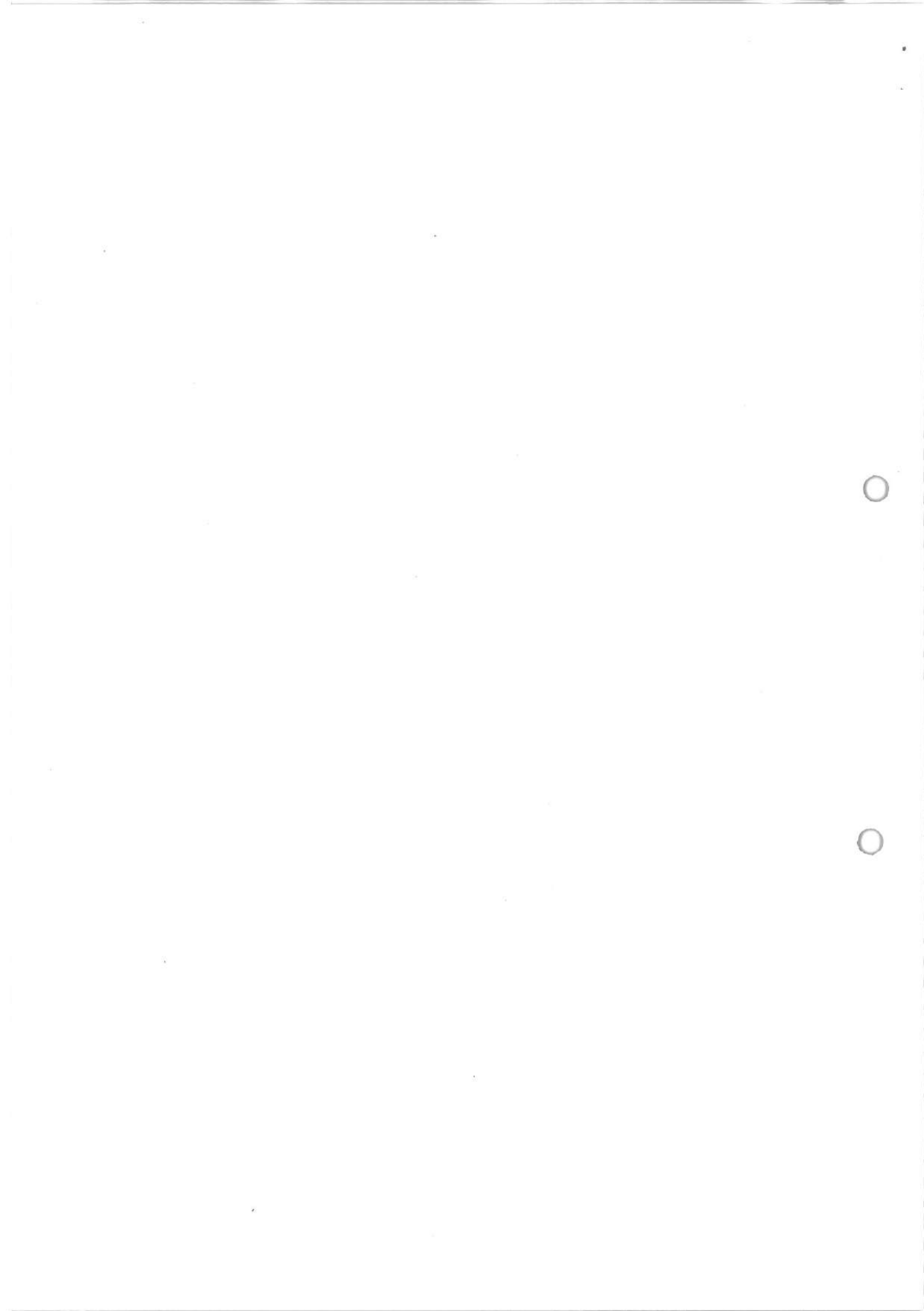
1. This examintaion paper consists of **THREE (3)** part :/
*Kertas soalan ini mengandungi **TIGA (3)** bahagian:*
 - PART A (20 Marks) /
BAHAGIAN A (20 Markah)
 - PART B (50 Marks) /
BAHAGIAN B (50 Markah)
 - PART C (30 Marks) /
BAHAGIAN C (30 Markah)

2. Candidates are not allowed to bring any material to examination room except with the permission from the invigilator. /
Calon tidak dibenarkan untuk membawa sebarang bahan/nota ke bilik peperiksaan tanpa arahan/kebenaran daripada pengawas.

3. Please check to make sure that this examination pack consist of: /
Pastikan kertas soalan peperiksaan ini mengandungi:
 - i. Question Paper /
Kertas Soalan
 - ii. Objective Answer Paper /
Kertas Jawapan Objektif
 - iii. Answer Booklet /
Buku Jawapan

**DO NOT TURN THIS PAGE UNTIL YOU ARE TOLD TO DO SO /
JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU**

THIS EXAMINATION PAPER CONSISTS OF 14 PRINTED PAGES INCLUDING FRONT PAGE
KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 14 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN



PART A

This part contains of **TWENTY (20)** questions.

Answer ALL in Objective Answer Paper.

BAHAGIAN A

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH (20) soalan.

Jawab SEMUA di dalam Kertas Jawapan Objektif.

1. What is the process of knowing the needs or demand of the buyer by providing the goods or services?
- A Buying.
 - B Marketing.
 - C Consumerism.
 - D Consumer behaviour.

Apakah proses yang boleh mengetahui keperluan atau kehendak pembeli dengan menyediakan barangan atau perkhidmatan?

- A Pembelian.
 - B Pemasaran.
 - C Kepenggunaan.
 - D Gelagat pengguna.
2. When a _____ exists, humans try to find or create an objects that can be fulfilled.
- A goal
 - B desire
 - C feelings
 - D necessity

Apabila wujud satu _____, manusia akan cuba mencari atau mencipta objek yang dapat dipenuhi.

- A matlamat
- B kehendak
- C perasaan
- D keperluan

3. Which of the following is **not** the definition of exchange?
- A Money is now used in return for the object that you desire.
 - B Exchange facilitates the ownership of the goods or services needed.
 - C Exchange is the act of obtaining the desired object from another person.
 - D Activity of exchanging goods in ancient times was known as the brick system.

*Manakah antara berikut **bukan** maksud pertukaran?*

- A *Kini wang digunakan sebagai balasan kepada objek yang diinginkan.*
- B *Pertukaran memudahkan pemilikan barang atau perkhidmatan yang diperlukan.*
- C *Pertukaran adalah tindakan mendapatkan objek yang diinginkan daripada orang lain.*
- D *Aktiviti menukar barang pada zaman dahulu dikenali sebagai sistem batu-bata.*

4. Which of the following is **not true** about marketing intermediaries?
- A Marketers, wholesalers and retailers are marketing intermediaries.
 - B A middleman is a firm that acts as a distribution channel for marketers.
 - C The role of marketing intermediaries is to help marketers move their products from one location to another.
 - D Companies that provide physical distribution services can consist of transportation and warehousing.

*Manakah antara berikut **tidak benar** mengenai pengantara pemasaran?*

- A *Pemasar, pemborong dan peruncit merupakan pengantara pemasaran.*
- B *Orang tengah adalah firma yang bertindak menjadi saluran agihan kepada pemasar.*
- C *Peranan pengantara pemasaran adalah membantu pemasar memindahkan keluaran dari satu lokasi ke satu lokasi yang lain.*
- D *Syarikat yang menyediakan perkhidmatan pengagihan fizikal boleh terdiri daripada syarikat pengangkutan dan pergudangan.*

5. Which of the following is segmentation?

- A Price.
- B Brand.
- C Marketers.
- D Geography.

Manakah antara berikut ialah segmentasi?

- A Harga.
- B Jenama.
- C Pemasar.
- D Geografi.

6. What is the function of buyer Black Box Model?

- A Explain the demographic feature of the buyer.
- B Explain the buyer's stimulus and response behavior.
- C Explain the differences between consumers and buyers.
- D Explain the the ability of buyers to buy market products and services.

Apakah fungsi Model Kotak Hitam pembeli?

- A Menerangkan ciri-ciri demografi pembeli.
- B Menerangkan rangsangan dan respon gelagat pembeli.
- C Menerangkan perbezaan antara pengguna dan pembeli.
- D Menerangkan kemampuan pembeli membeli produk dan perkhidmatan pemasar.

7. What is the definition of extensive decision making?

- A Seldom purchasing involving a lot of money.
- B Product that is cheap and frequently purchased.
- C Users frequently buy the product that they want to buy.
- D Products that have special features and users always looking for.

Apakah yang dimaksudkan dengan penyelesaian masalah ekstensif?

- A Pembelian yang jarang dilakukan dan melibatkan wang yang banyak.*
- B Produk yang murah dan selalu dibeli.*
- C Pengguna sudah biasa membeli keluaran yang ingin dibeli.*
- D Produk yang mempunyai ciri-ciri istimewa dan sangat dicari oleh pengguna.*

8. Which group of individuals has similar outputs and needs?

- A User.
- B Psychology.
- C Environment.
- D Target market.

Siapakah kumpulan individu yang mempunyai keluaran dan kehendak yang seakan-akan sama?

- A Pengguna.*
- B Psikografi.*
- C Persekitaran.*
- D Pasaran sasaran.*

9. What are the categories of segmentation for income, education, marital status and blood type?

- A Buyer.
- B Geography.
- C Psychology.
- D Demographics.

Apakah kategori segmentasi bagi pendapatan, pendidikan, status perkahwinan dan jenis darah?

- A Pembeli.*
- B Geografi.*
- C Psikografi.*
- D Demografi.*

10. What is the category of goods for the coffin?

- A Special products.
- B Mystery products.
- C Shopping products.
- D Unsought products.

Apakah kategori barang bagi keranda?

- A Barang istimewa.*
- B Barang misteri.*
- C Barang beli belah.*
- D Barang tidak dicari.*

11. What is a strategy whereby the product will be widely distributed to users using various distribution channels?

- A Time distribution.
- B Selected distribution.
- C Intensive distribution.
- D Exclusive distribution.

Apakah strategi di mana keluaran akan diagihkan secara meluas kepada pengguna dengan menggunakan pelbagai saluran agihan?

- A Pengagihan masa.*
- B Pengagihan terpilih.*
- C Pengagihan intensif.*
- D Pengagihan eksklusif.*

12. Which of the following is **not true** about the service provided by the wholesaler?

- A Storing.
- B Packaging.
- C Transportation.
- D Factory for processing output.

Yang manakah antara berikut **tidak benar** mengenai perkhidmatan yang disediakan oleh pemborong?

- A Penyimpanan.
- B Pembungkusan.
- C Pengangkutan.
- D Kilang untuk memproses keluaran.

13. What are the types of retailer for the Popular Bookstore?

- A Supermarket.
- B Discount store.
- C Speciality store.
- D Convenience store.

Apakah jenis peruncit bagi Kedai Buku Popular?

- A Pasar raya.
- B Gedung diskaun.
- C Kedai barangan khusus.
- D Kedai serbaneka.

14. What are the two types of retailers?

- A. Line retailer and cheap price retailer.
- B. Line retailer and average price retailer.
- C. Line retailer and short term price retailer.
- D. Line retailer and expensive price retailer.

Apakah dua jenis peruncit?

- A Peruncit lini dan peruncit harga murah.
- B Peruncit lini dan peruncit harga sederhana.
- C Peruncit lini dan peruncit harga jangka pendek.
- D Peruncit lini dan peruncit harga mahal.

15. What is the name of the owner, manufacturer or distributor of the product or service that gives the individu the exclusive right to distribute their product?

- A Franchisor.
- B Trademark.
- C Franchisee.
- D Franchising.

Apakah nama bagi tuan empunya, pengeluar atau pengedar produk atau perkhidmatan yang memberi hak eksklusif kepada individu untuk mengedarkan keluarannya?

- A Francaisor.*
- B Tanda niaga.*
- C Francaisi.*
- D Francais.*

16. Which of the following is **not true** about price?

- A Buyers cannot bargain at the price set by the seller.
- B Product pricing should consider various factors.
- C The price is determine once the product is available for sale.
- D Price can be defined as the value in the form of money charged on the output.

*Yang manakah antara berikut **tidak benar** mengenai harga?*

- A Pembeli tidak boleh melakukan tawar menawar pada harga yang telah ditetapkan oleh penjual.*
- B Perletakan harga keluaran perlu mengambil kira pelbagai faktor.*
- C Harga ditentukan setelah keluaran tersedia untuk dipasarkan.*
- D Harga boleh ditakrifkan sebagai nilai dalam bentuk wang yang dikenakan ke atas keluaran.*

17. What is the Return On Investment Analysis?

- A Relationship between cost, sales volume and loss.
- B Relationship between cost, sales volume and debt.
- C Relationship between cost, sales volume and cash.
- D Relationship between cost, sales volume and revenue.

Apakah yang dimaksudkan dengan Analisa Titik Pulang Pelaburan?

- A Perhubungan antara kos, jumlah jualan dan kerugian.*
- B Perhubungan antara kos, jumlah jualan dan hutang.*
- C Perhubungan antara kos, jumlah jualan dan tunai.*
- D Perhubungan antara kos, jumlah jualan dan keuntungan.*

18. What are the two types of price used to determine product prices without competitors?

- A. Expensive and inexpensive pricing strategy.
- B. Drawing and catchment pricing strategies.
- C. Manufacturing and disposal pricing strategies.
- D. Breakthrough pricing strategies and rebate prices.

Apakah dua jenis harga yang digunakan dalam menentukan harga bagi keluaran barang yang belum ada pesaing?

- A Strategi harga mahal dan murah.*
- B Strategi harga tarahan dan tadahan.*
- C Strategi harga pembuatan dan pelupusan.*
- D Strategi harga penembusan dan harga tarahan.*

19. Who is public people?

- A All employees within a product or service company.
- B Consumer and buyers who buy marketed products.
- C Their who work for private companies and not government employees.
- D Includes corporate clients, potential customers, shareholders, company employees, suppliers, local community and government.

Siapakah orang awam?

- A Semua pekerja di dalam sebuah syarikat produk atau perkhidmatan.*
- B Pengguna dan pembeli yang membeli keluaran pemarkar.*
- C Mereka yang bekerja dengan syarikat swasta dan bukan kakitangan kerajaan.*
- D Merangkumi pelanggan syarikat, bakal pelanggan, pemegang saham, pekerja syarikat, pembekal, masyarakat setempat dan kerajaan.*

20. Following are the examples of written materials in major public relations tools **except**

- A article.
- B personal diary.
- C annual report.
- D notification letter.

*Berikut merupakan contoh bagi bahan-bahan bertulis dalam alat utama perhubungan awam **kecuali***

- A artikel.*
- B diari peribadi.*
- C laporan tahunan.*
- D surat pemberitahuan.*

[20 MARKS / 20 MARKAH]

PART B

This part contains of **SIX (6)** questions.

Answer ALL question. Answer in the Answer Booklet.

BAHAGIAN B

*Bahagian ini mengandungi **ENAM (6)** soalan.*

*Jawab **SEMUA** soalan. Jawab dalam Buku Jawapan.*

QUESTION 1 / SOALAN 1

List down and explain **five (5)** consumer decision-making process.

(10 marks / 10 markah)

*Senarai dan huraikan **lima (5)** proses pembelian pengguna.*

QUESTION 2 / SOALAN 2

a. Define segmentation.

(2 marks / 2 markah)

b. Explain **four (4)** bases for segmenting consumer market.

(8 marks / 8 markah)

a. Berikan maksud segmentasi.

*b. Jelaskan **empat (4)** asas segmentasi pasaran pengguna.*

QUESTION 3 / SOALAN 3

a. Define branding.

(2 marks / 2 markah)

b. List **six (6)** benefits of superior branding.

(6 marks / 6 markah)

a. Berikan definisi penjenamaan.

*b. Senaraikan **enam (6)** kelebihan memiliki jenama yang unggul.*

QUESTION 4 / SOALAN 4

Define each of the following term:

- i. Convenience products. (2 marks / 2 markah)
- ii. Shopping products. (2 marks / 2 markah)
- iii. Speciality products. (2 marks / 2 markah)
- iv. Unsought products. (2 marks / 2 markah)

Berikan maksud bagi setiap yang berikut:

- i. Barang mudah beli.*
- ii. Barang beli belah.*
- iii. Barang istimewa.*
- iv. Barang tidak dicari.*

QUESTION 5 / SOALAN 5

Describe **four (4)** types of non-store retailing.

(8 marks / 8 markah)

Terangkan empat (4) jenis peruncitan tanpa kedai.

QUESTION 6 / SOALAN 6

Personal selling is one of the important promotional tools for marketers. Describe **three (3)** advantages of personal selling.

(6 marks / 6 markah)

*Jualan peribadi merupakan antara alat promosi yang penting kepada pemasar. Huraikan **tiga (3)** kelebihan jualan peribadi.*

[50 MARKS / 50 MARKAH]

PART C

This part contains of **THREE (3)** questions.

Answer ALL question. Answer in the Answer Booklet.

BAHAGIAN C

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

*Jawab **SEMUA** soalan. Jawab dalam Buku Jawapan.*

QUESTION 1 / SOALAN 1

Microenvironment consists of the company's immediate environment that affect it's ability to serve goods and services to customers. Discuss **six(6)** factors that involve in microenviroment.

(12 marks / 12 markah)

*Persekitaran mikro adalah satu persekitaran yang memberi kesan secara langsung kepada pemasar dalam usahanya membawa keluaran dan perkhidmatan kepada pengguna. Bincangkan **enam (6)** faktor yang terlibat dalam persekitaran mikro.*

QUESTION 2 / SOALAN 2

Discuss **four (4)** stages in Product Life Cycle.

(12 marks / 12 markah)

*Bincangkan **empat (4)** peringkat dalam Kitar Hayat Keluaran.*

QUESTION 3 / SOALAN 3

Advertising is any form of controlled and non personal information. Discuss **two (2)** advertising strategies.

(6 marks / 6 markah)

*Pengiklanan ialah sebarang bentuk persembahan maklumat yang terkawal dan bukan secara peribadi. Bincangkan **dua (2)** strategi pengiklanan.*

[30 MARKS / 30 MARKAH]

END OF QUESTION PAPER / KERTAS SOALAN TAMAT