



**UTM**  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

Sekolah Pendidikan  
Profesional dan  
Pendidikan  
Berterusan  
(SPACE)

**FINAL EXAMINATION / PEPERIKSAAN AKHIR  
SEMESTER I – SESSION 2023 / 2024  
PROGRAM KERJASAMA**

COURSE CODE /  
KOD KURSUS : DDWG 1153

COURSE NAME /  
NAMA KURSUS : PRINCIPLES OF MARKETING /  
PRINSIP PEMASARAN

YEAR / PROGRAMME : 1 DDWG / DDWP  
TAHUN / PROGRAM

DURATION /  
TEMPOH : 2 HOURS 30 MINUTES /  
2 JAM 30 MINIT

DATE /  
TARIKH : DECEMBER 2023 / JANUARY 2024  
DISEMBER 2023 / JANUARI 2024

**INSTRUCTION** : Answer ALL questions in Section A and any TWO (2) questions in Section B in the answer booklets provided.

**[ARAHAN** : Jawab SEMUA soalan di Bahagian A dan mana-mana DUA (2) soalan di Bahagian B di dalam buku jawapan yang disediakan.]

( You are required to write your name and your lecturer's name on your answer script )  
( Pelajar dikehendaki tuliskan nama dan nama pensyarah pada skrip jawapan )

NAME / NAMA PELAJAR	:	.....
I.C NO. / NO. K/PENGENALAN	:	.....
YEAR / COURSE TAHUN / KURSUS	:	.....
COLLEGE NAME/ NAMA KOLEJ	:	.....
LECTURER'S NAME / NAMA PENSYARAH	:	.....

This examination paper consists of 5 pages including the cover  
Kertas soalan ini mengandungi 5 muka surat termasuk kulit hadapan



## **PUSAT PRGORAM KERJASAMA**

### **PETIKAN DARIPADA PERATURAN AKADEMIK ARAHAN AM – PENYELEWENGAN AKADEMIK**

#### **1. SALAH LAKU SEMASA PEPERIKSAAN**

1.1. Pelajar tidak boleh melakukan mana-mana salah laku peperiksaan seperti berikut :-

- 1.1.1. memberi dan/atau menerima dan/atau memiliki sebarang maklumat dalam bentuk elektronik, bercetak atau apa jua bentuk lain yang tidak dibenarkan semasa berlangsungnya peperiksaan sama ada di dalam atau di luar Dewan/Bilik Peperiksaan melainkan dengan kebenaran Ketua Pengawas; atau
- 1.1.2. menggunakan maklumat yang diperoleh seperti di atas bagi tujuan menjawab soalan peperiksaan; atau
- 1.1.3. menipu atau cuba untuk menipu atau berkelakuan mengikut cara yang boleh ditafsirkan sebagai menipu semasa berlangsungnya peperiksaan; atau
- 1.1.4. lain-lain salah laku yang ditetapkan oleh Universiti (seperti membuat bising, mengganggu pelajar lain, mengganggu Pengawas menjalankan tugasnya).

#### **2. HUKUMAN SALAH LAKU PEPERIKSAAN**

2.1. Sekiranya pelajar didapati telah melakukan pelanggaran mana-mana peraturan peperiksaan ini, setelah diperakukan oleh Jawatankuasa Peperiksaan Fakulti dan disabitkan kesalahannya, Senat boleh mengambil tindakan dari mana-mana satu yang berikut :-

- 2.1.1. memberi markah SIFAR (0) bagi keseluruhan keputusan peperiksaan kursus yang berkenaan (termasuk kerja kursus); atau
  - 2.1.2. memberi markah SIFAR (0) bagi semua kursus yang didaftarkan pada semester tersebut.
- 2.2. Jawatankuasa Akademik Fakulti boleh mencadangkan untuk diambil tindakan tatatertib mengikut peruntukan Akta Universiti dan Kolej Universiti, 1971, Kaedah-kaedah Universiti Teknologi Malaysia (Tatatertib Pelajar-pelajar), 1999 bergantung kepada tahap kesalahan yang dilakukan oleh pelajar.
- 2.3. Pelajar yang didapati melakukan kesalahan kali kedua akan diambil tindakan seperti di perkara dan dicadang untuk diambil tindakan tatatertib mengikut peruntukan Akta Universiti dan Kolej Universiti, 1971, Kaedah-kaedah Universiti Teknologi Malaysia (Tatatertib Pelajar-pelajar), 1999.

**SECTION A / [BAHAGIAN A]**

**[30 MARKS / 30 MARKAH]**

**INSTRUCTION: ANSWER ALL QUESTIONS.**

**[ARAHAN: JAWAB SEMUA SOALAN.]**

- Q1. List FOUR (4) key functions of channel members.  
*[Senaraikan EMPAT (4) fungsi utama rakan saluran.]* (4 m)
- Q2. Briefly explain product line pricing.  
*[Terangkan secara ringkas penetapan harga garisan produk.]* (4 m)
- Q3. What will consumers think when there is a price cut?  
*[Apakah pendapat pengguna apabila berlaku penurunan harga?]* (4 m)
- Q4. Identify and explain the THREE (3) major pricing strategies in marketing.  
*[Kenalpasti dan terangkan TIGA (3) strategi harga utama dalam pemasaran.]* (6 m)
- Q5. With an appropriate example, differentiate between straight rebuy and new task buying.  
*[Dengan contoh yang bersesuaian, bezakan di antara pembelian terus dan pembelian tugas baharu.]* (6 m)
- Q6. Describe the six buyer-readiness stages along with the marketing strategies used at each stage.  
*[Huraikan enam peringkat kesediaan pembeli bersama dengan strategi pemasaran yang digunakan pada setiap peringkat.]* (6 m)

**SECTION B / [BAHAGIAN B]**

**[20 MARKS / 20 MARKAH]**

**INSTRUCTION: ANSWER TWO (2) QUESTIONS ONLY.**

**[ARAHAN: JAWAB DUA (2) SOALAN SAHAJA.]**

Q1. Some companies pay too little attention to their distribution channels. However, others have used imaginative distribution systems to gain a competitive advantage. A company's channel decisions directly affect every other marketing decision. Management must make channel decisions carefully, incorporating today's needs with tomorrow's likely selling environment.

*[Sebilangan syarikat memberi perhatian terlalu sedikit pada saluran pengedaran mereka. Walaubagaimanapun, yang lain telah menggunakan sistem pengedaran imaginatif untuk mendapatkan kelebihan daya saing. Keputusan saluran syarikat mempengaruhi secara langsung setiap keputusan pemasaran yang lain. Pengurusan mesti membuat keputusan saluran dengan teliti, menggabungkan keperluan hari ini dengan persekitaran penjualan yang mungkin berlaku esok.]*

a) Give TWO (2) reasons why multichannel distribution systems offer more advantages over other distribution systems.

*[Berikan DUA (2) sebab mengapa sistem pengedaran saluran pelbagai menawarkan kelebihan mengatasi sistem pengedaran yang lain.]* (4M)

b) Compare a conventional distribution channel with a vertical marketing system (VMS).

*[Bandingkan saluran pengedaran konvensional dengan sistem pemasaran menegak (VMS).]* (6M)

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 puas, 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) List all major stages in new product development process.  
*[Senaraikan kesemua tahap utama di dalam proses pembangunan produk baharu.]*  
**(4M)**
- b) How should successful new product development 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 companies 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-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 perbezaan perkhidmatan untuk mencipta kelebihan persaingan.]*  
**(6M)**

- END OF QUESTIONS / SOALAN TAMAT -