



**KOLEJ YAYASAN PELAJARAN JOHOR
PEPERIKSAAN AKHIR**

KURSUS	:	FUNDAMENTAL OF MARKETING
KOD KURSUS	:	DPP1063
PEPERIKSAAN	:	OKTOBER 2015
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 (20 Markah)

2. Jawab **SEMUA** soalan dari BAHAGIAN A. Jawab **EMPAT (4)** soalan dari BAHAGIAN B dan **SATU (1)** soalan dari BAHAGIAN C .
 - i. Jawab BAHAGIAN A di dalam Borang Jawapan Betul/Salah
 - ii. Jawab BAHAGIAN B dan C 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. Buku Jawapan

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

KERTAS SOALAN INI MENGANDUNGI 9 HALAMAN BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN

PART A/BAHAGIAN A

This part consists of TWENTY (20) questions. Answer ALL the questions in the True / False Answer Sheet.

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

1. The market is the place where the transaction occurs and it also consists the potential buyer and the actual purchaser of a product or service.
Pasaran adalah tempat di mana transaksi berlaku dan ia juga meliputi pembeli yang berpotensi dan pembeli sebenar bagi sesuatu keluaran atau perkhidmatan.
2. Maximizing the benefits is one of the goals of marketing system.
Memaksimumkan keuntungan termasuk di dalam salah satu matlamat sistem pemasaran.
3. Problems such as the elimination of forests, pollution of the environment, and the warmth of atmospheric space is an issue that is not relevant to marketing activity.
Masalah-masalah seperti penghapusan hutan, pencemaran alam sekitar dan kehangatan ruang atmosfera merupakan isu yang tidak relevan terhadap aktiviti pemasaran.
4. The concept of marketing focus on maximum profit without taking into account the needs and requirements of customers
Konsep pemasaran menumpukan kepada keuntungan yang maksimum tanpa perlu mengambilkira keperluan dan kehendak pelanggan.
5. Competitors, the atmosphere in the company itself, customers and suppliers is one example of the microenvironment.
Pesaing, suasana dalam syarikat itu sendiri, pelanggan dan pembekal merupakan antara contoh bagi persekitaran mikro.

6. Competition replacement issue involving two or more of the same product on the market but have different brands. For example, each refrigerator has the same functionality but it competitive in terms of brand only.

Persaingan keluaran pengganti melibatkan dua atau lebih keluaran yang sama di pasaran tetapi mempunyai jenama yang berlainan. Sebagai contoh, setiap peti ais mempunyai fungsi yang sama tetapi ia bersaing dari segi jenama sahaja.

7. Methods or strategies that are more effective market coverage from mass marketing is called differentiated marketing (Nich).

Kaedah atau strategi liputan pasaran yang lebih efektif daripada pemasaran massa disebut sebagai pemasaran terbeza (Nich).

8. Buyers black box model is a model that describes the behavior of buyers stimulus and response.

Model kotak hitam pembeli adalah suatu model yang menerangkan rangsangan dan respon gelagat pembeli.

9. Target market refers to the division of the market according to several categories of users or segments.

Pasaran Sasaran merujuk kepada pembahagian pasaran mengikut beberapa kategori pengguna atau segmen.

10. Benchmarking, consultancy, physical distribution and the role of risk-taking is a distribution channel.

Pemadanan, perundingan, pengagihan fizikal dan pengambilan risiko merupakan antara peranan saluran agihan.

11. Wholesalers are the intermediary who buy the product in small quantities and sell products directly to end users.

Pemborong adalah orang tengah yang membeli keluaran dalam kuantiti yang kecil dan menjual keluaran terus kepada pengguna akhir.

12. Capital goods are industrial products which entered the market in stages and divided into two groups and equipment installation accessories.

Barang modal adalah barangan industri yang memasuki pasaran secara berperingkat dan terbahagi kepada dua kumpulan iaitu pemasangan dan kelengkapan aksesori.

13. A company can get new products through acquisitions and new product development

Sesebuah syarikat boleh mendapatkan produk-produk baharu melalui pengambilalihan dan pembangunan produk baharu.

14. Reposition items are items that provide similar performance with competitors' products and offer a lower price.

Barangan reposisi adalah barangan yang menyediakan prestasi serupa dengan barangan pesaing dan menawarkan harga yang lebih rendah.

15. Placement (positioning) is a concept that can affect thinking so users can continue to use these products when there is a need.

Perletakan (positioning) merupakan konsep yang dapat mempengaruhi pemikiran pengguna supaya dapat menggunakan terus keluaran tersebut apabila wujud keperluan.

16. Labeling is important to inform consumers about the safety of a product, especially if the issue is the use of chemicals.

Perlabelan penting bagi memberitahu pengguna tentang keselamatan kandungan sesuatu keluaran terutamanya jika keluaran tersebut menggunakan bahan kimia.

17. Consumer perception of high prices reflect good product quality refers to the nomination of the price (Pricing Lining).

Tanggapan pengguna terhadap harga yang tinggi menggambarkan kualiti produk yang baik merujuk kepada pembarisan harga (Pricing Lining).

18. Publicity refer to news or information about the release issued by other parties such as newspapers, television or radio, but the effort is paid for by sponsors or manufacturers.

Publisiti merujuk kepada berita atau maklumat mengenai keluaran yang diterbitkan oleh pihak lain seperti akhbar, televisyen atau radio tetapi usaha ini dibayar oleh penaja atau pengeluar.

19. Air Asia Airlines, led by Tan Sri Tony Fernandez was among the organizations that have very good marketing system in Malaysia.

Syarikat Penerbangan Air Asia yang diterajui oleh Tan Sri Tony Fernandez merupakan antara organisasi yang mempunyai sistem pemasaran yang sangat baik di Malaysia.

20. Public relations is influenced by the publicity that marketers and held to establish a good relationship with the general public and is run by marketing officer.

Perhubungan awam adalah publisiti yang dipengaruhi oleh pemasar dan diadakan untuk membentuk hubungan yang baik dengan masyarakat umum serta dikendalikan oleh pegawai pemasaran.

(20 markah)

PART B/BAHAGIAN B

This part consists of SIX (6) questions. Answer only FOUR (4) questions in Answer Booklet.

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

QUESTION 1/SOALAN 1

- a) Explain the definition of marketing

Berikan definisi pemasaran.

(2 marks)

- b) Explain **FOUR (4)** important elements of basic concepts of marketing.

Huraikan EMPAT (4) unsur penting dalam konsep pemasaran teras.

(8 marks)

QUESTION 2/SOALAN 2

- a) Nowadays, companies and organizations are focusing on marketing ethics and the social responsibility ethics. What are the meanings of social responsibility ethics?

Pada hari ini, syarikat dan organisasi lebih memberi tumpuan terhadap etika pemasaran dan juga etika tanggungjawab sosial. Apakah yang dimaksudkan dengan etika tanggungjawab sosial?

(2 marks)

- b) The macro environment has elements that impact indirectly to marketers. Describe **FOUR (4)** factors of the macro environment.

Persekitaran makro mempunyai beberapa elemen yang memberi impak kepada pemarkar secara tidak langsung. Huraikan EMPAT (4) faktor persekitaran makro.

(8 marks)

QUESTION 3 /SOALAN 3

- a) Describe **FOUR (4)** factors affecting consumer buying decisions and give examples.

Huraikan EMPAT (4) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pengguna beserta contoh.

(8 marks)

- b) List **TWO (2)** types of buying decisions.

Senaraikan DUA (2) jenis keputusan pembelian.

(2 marks)

QUESTION 4/SOALAN 4

- a) List **FOUR (4)** basic of segmentation consumer market.

Senaraikan EMPAT (4) asas segmentasi pasaran pengguna.

(4 marks)

- b) Describe **THREE (3)** basic criteria of effective segmentation.

Huraikan TIGA (3) asas kriteria segmentasi yang berkesan.

(6 marks)

QUESTION 5/SOALAN 5

- a) The output of consumer goods purchased by the end user for the purpose of personal use. List **FOUR (4)** types of consumer goods.

Barangan pengguna adalah keluaran yang dibeli oleh pengguna akhir untuk tujuan kegunaan peribadi. Senaraikan EMPAT (4) jenis barangan pengguna.

(4 marks)

- b) Labeling is part of the own-brand product packaging, manufacturers and ingredient content of a product. Describe **THREE (3)** of labeling function.

*Perlabelan adalah sebahagian daripada pembungkusan keluaran yang memperkenalkan jenama, pengeluar dan bahan kandungan sesuatu keluaran. Huraikan **TIGA (3)** fungsi perlabelan.*

(6 marks)

QUESTION 6/SOALAN 6

- a) State **TWO (2)** advantages of franchising.

*Nyatakan **DUA (2)** kebaikan perniagaan francais.*

(2 markah)

- b) Describe **FOUR (4)** types of store retailers under the line output with examples.

*Huraikan **EMPAT (4)** jenis kedai di bawah peruncit lini keluaran beserta contoh.*

(8 marks)

PART C/BAHAGIAN C

This part consists of TWO (2) questions. Answer only ONE (1) question in Answer Booklet.

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

QUESTION 1/SOALAN 1

The product life cycle is a stage to be passed by every product that enters the market during its production life. Draw a diagram of product life cycle and analyze the **FOUR (4)** stages in the product life cycle.

*Kitaran hayat keluaran adalah satu siri peringkat yang akan dilalui oleh setiap keluaran yang memasuki pasaran di sepanjang hayat pengeluarannya. Oleh itu, lukiskan gambarajah kitaran hayat keluaran dan seterusnya menganalisis **EMPAT (4)** peringkat di dalam kitaran hayat keluaran.*

(20 marks)

QUESTION 2/SOALAN 2

Promotion is a medium of marketers communicates information about products to consumers. Promotion plays an important role in attracting the attention of many toward a product. State **FOUR (4)** objectives of the promotion and analysis **FOUR (4)** advertising media that can help marketers in advertising products.

*Promosi adalah satu bentuk usaha pemasar mengkomunikasikan maklumat tentang keluarannya kepada pengguna. Promosi memainkan peranan yang penting untuk menarik perhatian ramai terhadap sesuatu produk. Nyatakan **EMPAT (4)** objektif promosi dan analisis **EMPAT (4)** media pengiklanan yang dapat membantu pemasar dalam mengiklankan pengeluarannya.*

(20 marks)

• **END OF QUESTION PAPER** •
KERTAS SOALAN TAMAT