

SULIT

**POLITEKNIK**  
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR  
SESI JUN 2013

PM303 – MARKETING CHANNEL

TARIKH : 24 OKTOBER 2013  
TEMPOH : 2 JAM (2:30 PM – 4:30PM)

---

Kertas ini mengandungi **ENAM BELAS (16)** halaman bercetak.  
Bahagian A: Objektif (25 soalan)  
Bahagian B: Esei (3 soalan)  
Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SULIT

PM303: MARKETING CHANNEL

**SECTION A**

**OBJECTIVES (25 marks)**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **TWENTY FIVE (25)** objective questions. Answer **ALL** questions in the answer booklet.

*Bahagian ini mengandungi **DUA PULUH LIMA (25)** soalan objektif. Jawab **SEMUA** soalan dalam buku skrip jawapan.*

CLO1  
C2

1. Marketing channel can be defined as:

*Saluran pemasaran boleh didefinisikan sebagai:*

- A. Sets of process of interdependent organizations making products and services available for consumption or use.  
*Satu set proses antara organisasi yang saling bergantung dalam menghasilkan produk dan servis yang tersedia untuk digunakan.*
- B. Sets of process of mutual organizations making products and services available for the organization./  
*Satu set proses organisasi yang sama-sama menghasilkan produk dan servis yang tersedia untuk organisasi*
- C. Sets of process of organizations producing products and services for retailers./  
*Satu set proses organisasi yang mengeluarkan produk dan servis untuk peruncit*
- D. Sets of process of manufacturers making products and services for wholesalers./  
*Satu set proses pengilang menghasilkan produk dan servis untuk pemborong*

CLO1  
C2

2. In order to succeed in a competitive market, each member in the channel must combine their resources to pursue common goals. The key elements of success in channels are:

*Untuk berjaya dalam pasaran yang berdaya saing, setiap ahli saluran mesti menggabungkan sumber-sumber mereka untuk mengejar matlamat. Elemen yang utama kejayaan dalam saluran adalah:*

- i. Pooled resources/ "pooled resources"
- ii. Collective goals/ "collective goal"
- iii. Connected system/ sistem hubungan
- iv. Information/ informasi

- A. i and ii
- B. i, ii and iii.
- C. i, ii, iii and iv
- D. iv only

CLO1  
C2

3. Interpret the meaning of 'pooled resources'.

*Tafsirkan maksud "pooled resources"*

- A. Pooled resources promote sharing resources and risks of product flow to the end user  
*"Pooled resources" mempromosikan perkongsian sumber dan risiko bagi aliran produk kepada pengguna akhir.*
- B. Pooled resources operate independently to gain profits.  
*"Pooled resources" beroperasi secara saling bergantung untuk mendapatkan untung.*
- C. Pooled resources are best described as adapting to changing situation.  
*"Pooled resources" adalah gambaran terbaik dalam adaptasi kepada perubahan situasi.*
- D. Pooled resources can exist with one player in marketing channel.  
*"Pooled resources" boleh wujud dengan seorang pemain dalam saluran pemasaran*

CLO1  
C2

4. Describe the concept of channel flow.

*Huraikan konsep aliran saluran.*

- i. Provides a basis to distinguish between channel strategies and logistics management.  
*Menyediakan asas untuk membezakan antara strategi saluran dan pengurusan logistic*
- ii. Provides a good basis to separate channel members from nonmembers.  
*Menyediakan asas yang baik untuk memisahkan antara ahli-ahli saluran dari bukan ahli*
- iii. Provides a useful framework to understand the scope and complexity of channel management. (From the management point of view).  
*Menyediakan rangka kerja yang berguna untuk memahami skop dan kerumitan pengurusan saluran. ( Pandangan daripada pihak pengurusan)*
- iv. Helps to convey the complexity in delivery value and cost increasing of channel network. (From the perspective of channel management).  
*Menolong untuk menyampaikan kerumitan dalam nilai penghantaran dan pertambahan kos rangkaian saluran*

- A. i and ii
- B. i, ii and iii
- C. i,ii,iii and iv
- D. iv only

CLO1  
C1

5. \_\_\_\_\_ buy mostly from producers and sell to retailers and industrial consumers.  
\_\_\_\_\_ *kebanyakan membeli daripada pengeluar dan menjual kepada peruncit dan pengguna industri.*
- A. Factory outlets/ "outlets" pengilang  
B. Wholesalers/ pemborong  
C. Discount stores/ kedai diskaun  
D. Manufacturers/ pengilang

CLO1  
C1

6. Which of the following characteristics of retailers are **CORRECT**?  
*Berikut yang manakah ciri-ciri peruncit yang BENAR?*
- i. Retailers have a direct contact with consumers.  
*Peruncit mempunyai hubungan secara langsung dengan pengguna*
- ii. Retailers sell goods not for resale, but for ultimate use by consumers.  
*Peruncit jual barang bukan untuk dijual semula, tetapi untuk digunakan sepenuhnya oleh pengguna*
- iii. Retailers buy and sell goods in small quantities. /  
*Peruncit beli dan jual barang dalam quantiti yang kecil*
- iv. Retailers require less capital to start and run the business as compared to wholesalers.  
*Peruncit memerlukan modal yang kurang untuk memulakan dan menjalankan perniagaan berbanding pemborong*
- A. i, ii and iii  
B. i, ii and iv  
C. ii, iii and iv  
D. i, ii, iii and iv

CLO1  
C1

7. Lower consumer spending can have big effects on a channel's overall performance. It causes retailers to make fewer sales and require fewer replacements of goods.

*Pengurangan dalam perbelanjaan pengguna boleh memberikan kesan yang besar ke atas prestasi saluran secara keseluruhan. Ia menyebabkan peruncit membuat jualan yang sedikit dan memerlukan sedikit pengantian barangan.*

The above example is related to the \_\_\_\_\_ in the economic environment.

*Contoh di atas berkaitan dengan \_\_\_\_\_ dalam persekitaran ekonomi.*

- A. economic infrastructure/ *infrastruktur ekonomi*  
B. consumer buying power/ *kuasa beli pengguna*  
C. currency stability/ *kestabilan matawang*  
D. national trade policy / *polisi perdagangan Negara*

CLO1  
C1

8. Which one of the following is not included in the technological environment?

*Berikut yang manakah tidak termasuk dalam persekitaran teknologi?*

- A. Pooled interdependence/ "Pooled interdependence"  
B. Sequential interdependence/ "Sequential interdependence"  
C. Reciprocal interdependence/ "Reciprocal interdependence"  
D. Essential interdependence/ "Essential interdependence"

CLO1  
C1

9. When identifying the major channel alternatives, it is best to consider the types, number, and \_\_\_ of intermediaries.

*Apabila mengenalpasti pilihan saluran utama, ia perlu mengambil kira jenis, bilangan, and \_\_\_\_\_ perantara.*

- A. size/ *saiz*  
B. power/ *kuasa*  
C. responsibilities/ *tanggungjawab*  
D. none of the above/ *tiada dalam senarai yang di atas*

CLO1  
C1

10. The company's channel objectives are influenced by the \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_.

*Objektif syarikat saluran dipengaruhi oleh \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_.*

- A. company, products, marketing intermediaries and competitors./  
*syarikat, produk, perantara pemasaran dan pesaing*
- B. location, financial, operation and personnel./  
*lokasi, kewangan, operasi dan kakitangan*
- C. customer service, utilities, sales and political./  
*servis pelanggan, kemudahan, jualan dan politik*
- D. weather, income, expenses and conflict./  
*cuaca, pendapatan, perbelanjaan and konflik*

CLO1  
C1

11. Complete the following statement: \_\_\_\_\_ is generated when one channel member's action prevents another channel from achieving its goal.

*Lengkapkan pernyataan berikut: \_\_\_\_\_ dihasilkan bila tindakan satu ahli saluran menghalang saluran lain dari mencapai matlamat.*

- A. channel power/ *kuasa saluran*
- B. channel coordination/ *koordinasi saluran*
- C. channel conflict/ *konflik saluran*
- D. channel distribution/ *pengagihan saluran*

CLO1  
C1

12. Choose the following type of conflict that occurs between members at the same level within the channel.

*Pilih jenis konflik yang berikut yang berlaku antara ahli pada tahap yang sama dalam saluran.*

- A. Vertical channel conflict./ *konflik saluran menegak*
- B. Circular channel conflict./ *konflik saluran berputar*
- C. Multichannel conflict./ *konflik saluran pelbagai*
- D. Horizontal channel conflict./ *konflik saluran melintang*

CLO1  
C2

13. It occurs when a single firm uses two or more marketing channels to reach one or more customer segments. This situation describes a system called \_\_\_\_\_.

*Ia berlaku bila firma yang menggunakan dua atau lebih saluran pemasaran untuk sampai ke satu atau lebih segmen. Situasi ini menerangkan sistem yang dikenali sebagai \_\_\_\_\_.*

- A. cooperative marketing system./*sistem kerjasama pemasaran*
- B. horizontal marketing system./*sistem pemasaran melintang*
- C. financial marketing system./*sistem pemasaran kewangan*
- D. vertical marketing system./*sistem pemasangan menegak*

CLO1  
C2

14. In a \_\_\_\_\_, two or more companies at one level join together to develop a new marketing opportunity.

*Dalam \_\_\_\_\_, dua atau lebih syarikat pada tahap satu bergabung bersama untuk membangunkan satu peluang pemasaran yang baru.*

- A. horizontal marketing system / *sistem pemasaran melintang*
- B. vertical marketing system/ *sistem pemasaran menegak*
- C. hybrid marketing system/ *sistem pemasaran hybrid*
- D. direct marketing system/ *sistem pemasaran langsung*

CLO1  
C2

15. Marketing logistics (physical distribution) involve getting the right product to the right customer at the right place and time. Which one of the following is **NOT** included in this process?

*Logistik pemasaran (pengagihan fizikal) melibatkan produk yang betul kepada pelanggan yang betul pada tempat dan masa yang betul. Berikut yang manakah penyataan BUKAN termasuk dalam proses ini?*

- A. Planning  
*perancangan*
- B. Implementing  
*pelaksanaan*
- C. Controlling the physical flow of goods, services, and information  
*Mengawal aliran fizikal barangan, servis, dan informasi*
- D. Gathering customer's ideas for new products.  
*Mengumpul idea-idea pelanggan untuk produk baru*

CLO2  
C2

16. Which of the following approaches consists of a comprehensive set of policies to motivate channel members?

*Berikut manakah pendekatan yang mengandungi set polisi yang menyeluruh untuk memotivasikan ahli-ahli saluran?*

- A. Cooperation Arrangements/*penyusunan kerjasama*
- B. Distribution Programs/*program pengagihan*
- C. Partnership and Strategies Alliances/*perkongsian dan persekutuan strategi*
- D. Push Programs / *program mendesak*

CLO2  
C2

17. Which of the following is the typical type of cooperation programmes provided by manufacturers to channel members?

*Yang manakah antara yang berikut merupakan jenis program kerjasama yang disediakan oleh pengilang kepada ahli-ahli saluran?*

- i. Cooperative advertising allowances/*elaun kerjasama pengiklanan*
- ii. Contests for buyers, salespeople, etc./*pertandingan untuk pembeli, tenaga jualan dll*
- iii. Demonstrators/*demonstrasi*
- iv. Payments for window display space, plus installation cost./*bayaran untuk ruangan peragaan tingkap, kos tambahan pemasangan*

- A. i,ii and iii
- B. ii,iii and iv
- C. i,iii and iv
- D. all of the above

CLO2  
C2

18. Which of the following is the performance standard that is regularly checked by producers?

*Berikut yang manakah piawai prestasi yang selalu di periksa oleh pengeluar?*

- A. sales quotas/*kuota jualan*
- B. average inventory levels/*tahap purata inventori*
- C. customer delivery time/*masa penghantaran pelanggan*
- D. all of the above/*semua di atas*

CLO2  
C2

19. Manufacturer has set \_\_\_\_\_ for channel members; it should evaluate the channel member's actual sales performance in comparison with the quota.

*Pengilang mempunyai set \_\_\_\_\_ untuk ahli-ahli saluran ; ia harus menilai prestasi jualan sebenar ahli-ahli saluran dalam perbandingan dengan kuota.*

- A. sales quotas/*kuota jualan*
- B. average inventory levels/*tahap purata inventori*
- C. customer delivery time/*masa penghantaran pelanggan*
- D. channel member's attitudes/*sikap ahli-ahli saluran*

CLO2  
C2

20. Choose the suitable criteria in evaluating channel members.

*Pilih kriteria yang sesuai dalam menilai ahli-ahli saluran.*

- A. sales quotas/ *kuota jualan*
- B. average inventory levels/ *tahap purata inventori*
- C. customer delivery time/ *masa penghantaran pelanggan*
- D. all of the above/ *semua di atas*

CLO2  
C2

21. Siti Aishah is experiencing a disagreement with intermediaries in the marketing channel job delegations and rewards. Siti Aishah is experiencing \_\_\_\_\_.

*Siti Aishah mengalami ketidaksetujuan dengan perantara dalam pengagihan kerja dan ganjaran ahli saluran pemasaran. Siti Aishah mengalami \_\_\_\_\_.*

- A. channel delusion/ *pengeliruan saluran*
- B. channel problems/ *masalah saluran*
- C. channel conflict/ *konflik saluran*
- D. channel mismanagement/ *salah urus saluran*

CLO2  
C3

22. "Any given member of the marketing channel has a series of roles that he or she is expected to play". This statement refers to \_\_\_\_\_.

*"Mana-mana ahli saluran pemasaran mempunyai peranan bersiri di mana mereka perlu lakukan". Pernyataan ini merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. goal incompatibility/ *ketidaksesuaian matlamat*
- B. unclear roles and rights/ *peranan dan hak yang tidak jelas*
- C. lacks of resources/ *kekurangan sumber*
- D. difference in perception/ *berlainan persepsi*

CLO2  
C3

23. Steve and Jobs suggest that direct interaction among channel members and focus on joint problem solving can be effective in resolving conflicts. It refers to \_\_\_\_\_ strategies.

*Steve dan Jobs mencadangkan bahawa interaksi secara langsung antara ahli-ahli saluran dan tumpuan terhadap penyelesaian masalah bersama boleh menyelesaikan konflik secara berkesan. Ini merujuk kepada strategi \_\_\_\_\_.*

- A. compromise/ *berkompromi*
- B. persuasive/ *memujuk*
- C. legalistic/ *perundangan*
- D. symbiotic/ *simbiotik*

CLO2  
C3

24. There are many sources of conflict among channel members. The sources are unclear roles and rights, goal incompatibility and \_\_\_\_\_.

*Terdapat banyak sumber konflik di kalangan ahli-ahli saluran. Sumber-sumber tersebut adalah peranan dan hak yang tidak jelas, ketidaksesuaian matlamat dan \_\_\_\_\_.*

- A. time-saving part/ *bahagian penjimatan masa*
- B. differences in perception/ *berlainan persepsi*
- C. decisional role/ *peranan membuat keputusan*
- D. informational role/ *peranan memberi informasi*

CLO2  
C3

25. Direct interaction among channel members that is focused on joint problem solving can be effective in resolving conflict like compromise strategies. Which of the following is **NOT** a conflict resolution strategy?

*Interaksi secara terus di kalangan ahli-ahli saluran memberi tumpuan terhadap penyelesaian masalah bersama akan berkesan dalam menyelesaikan konflik seperti strategi kompromi. Yang manakah di antara berikut **BUKAN** strategi penyelesaian konflik.*

- A. Decision power/ *Kuasa membuat keputusan*
- B. Persuasive/ *Memujuk*
- C. Legalistic/ *Perundangan*
- D. Symbiotic/ *Simbiotik*

## SECTION B

## ESSAY (75 marks)

## INSTRUCTION:

This section consists of **THREE (3)** essay questions. Answer **all** questions.

## ARAHAN

*Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan esei. Jawab **SEMUA** soalan.*

## QUESTION 1

## SOALAN 1

CLO1  
C1

a) Define marketing channel with suitable examples.

*Definisikan saluran pemasaran dengan contoh yang sesuai.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1  
C1

b) Describe **FIVE (5)** functions of marketing channel.

*Terangkan **LIMA (5)** fungsi saluran pemasaran.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO1  
C1

c) Give **FIVE (5)** tasks of wholesaler.

*Berikan **LIMA (5)** tugas-tugas pemborong.*

[5 marks]

[5 markah]

## QUESTION 2

## SOALAN 2

CLO2  
C2

- a) Explain **THREE (3)** approaches together with examples that can be used by producer to motivate channel members.

*Jelaskan TIGA (3) pendekatan bersama dengan contoh yang boleh digunakan oleh pengeluar untuk memotivasikan ahli-ahli saluran.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO2  
C2

- b) Identify **FIVE (5)** criteria to evaluate the performance of channel members together with suitable elaborations.

*Kenalpasti LIMA (5) kriteria untuk menilai prestasi ahli-ahli saluran beserta dengan penerangan yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

## QUESTION 3

## SOALAN 3

CLO2  
C2

- a) Conflicts come in many ways in the marketing channel. Discuss **FIVE (5)** sources of conflicts that usually happen in marketing channel together with appropriate examples.

*Konflik datang dalam pelbagai cara dalam saluran pemasaran. Bincangkan LIMA (5) sumber-sumber konflik yang sering berlaku dalam saluran pemasaran dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO2  
C2

- b) Describe **FOUR (4)** strategies to resolve the channel conflicts together with appropriate examples.

*Huraikan EMPAT (4) strategi untuk menyelesaikan konflik saluran dengan contoh yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT