

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PENILAIAN ALTERNATIF

SESI 1: 2021/2022

DPM30033 : PRODUCT

NAMA PENYELARAS KURSUS: ZAKIAH BINTI OTHMAN

KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE

JENIS PENILAIAN : SOALAN STRUKTUR (4 SOALAN)

TARIKH PENILAIAN : 24 JAN 2022

TEMPOH PENILAIAN : 2 JAM

LARANGAN TERHADAP PLAGIARISM (AKTA 174)

**PELAJAR TIDAK BOLEH MEMPLAGIAT APA-APA IDEA, PENULISAN, DATA
ATAU CIPTAAN ORANG LAIN. PLAGIAT ADALAH SALAH SATU
PENYELEWENGAN AKADEMIK. SEKIRANYA PELAJAR DIBUKTIKAN
MELAKUKAN PLAGIARISM, PENILAIAN BAGI KURSUS BERKENAAN AKAN
DIMANSUHKAN DAN DIBERI GRED F DENGAN NILAI MATA 0.**

**(RUJUK BUKU ARAHAN-ARAHAN PEPERIKSAAN DAN KAEDAH PENILAIAN (Diploma) EDISI 6, JUN 2019,
KLAUSA 17.**

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan berstruktur. Jawab semua soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**CLO1
C1

- (a) Identify **THREE (3)** levels of product for a washing machine by giving suitable example for each level.

*Kenalpasti **TIGA (3)** tahap produk untuk mesin basuh dengan memberikan contoh yang sesuai bagi setiap tahap tersebut.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C2

- (b) Ms. Sally, the founder of De Face cosmetics has produced a face wash and serum, focusing on Malaysia market only. After 4 years of running business through online (no physical outlet), the products are now at the growth stage in the product life cycle. Discuss **THREE (3)** strategies that can be used by Miss Sally using suitable example.

*Cik Sally, pengasas kosmetik De Face telah menghasilkan serum dan pencuci muka, ianya memfokuskan pada pasaran tanahair. Setelah 4 tahun menjalankan perniagaannya melalui atas talian (tiada kedai fizikal), produknya kini telah berada di tahap pertumbuhan di dalam kitaran hayat produk, Bincangkan **TIGA (3)** strategi yang boleh digunakan oleh Cik Sally dengan menggunakan contoh yang bersesuaian.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1
C1

(a) Describe the following of product-line length:

Huraikan pemanjangan barisan produk berikut:

(i) Line stretching

Regangan barisan

[4 marks]

[4 markah]

(ii) Line filling

Pengisian barisan

[6 marks]

[6 markah]

CLO1
C3

(b) Ashley Spa is known of her focusing in giving facial treatment. Under this product line, Ashley only offers basic face treatment, oily face treatment, dry face treatment and anti-ageing face treatment. In order to expand her business, Ashley believes something needs to be done to her product-mix. As marketing student, you are required to apply **THREE (3)** dimensions of product- mix by giving appropriate example to this spa.

*Ashley Spa terkenal dengan fokusnya dalam memberi rawatan wajah. Di bawah barisan produk ini, Ashley hanya menawarkan rawatan muka asas, rawatan wajah berminyak, rawatan wajah kering dan rawatan wajah anti-penuaan. Untuk mengembangkan perniagaannya, Ashley percaya sesuatu perlu dilakukan terhadap campuran produknya. Sebagai pelajar pemasaran, anda dikehendaki menerapkan **TIGA (3)** dimensi campuran produk dengan memberikan contoh yang sesuai untuk spa ini.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO3
C3

- (a) Brand attributes enable consumers to identify the physical nature, character, and personality of a brand in the market, apply the following brand attributes by using any food and beverage (F&B) company in the market as an example:

Oleh kerana atribut jenama membolehkan pengguna mengenal pasti sifat fizikal, ciri-ciri dan keperibadian sesuatu jenama di pasaran, adaptasi atribut jenama berikut dengan menggunakan syarikat makanan dan minuman di dalam pasaran sebagai contoh:

- i. Uniqueness
Keunikan

[5 marks]
[5 markah]

- ii. Appealing
Menarik

[5 marks]
[5 markah]

- iii. Relevancy
Kesesuaian

[5 marks]
[5 markah]

CLO3
C4

- (b) Mrs. Thiva is a *muruku* entrepreneur who still survives being in the market after 5 years of running her *muruku* business. During this period, Mrs. Thiva realizes that the growth of her business is at a slower pace. When examined, one of the reasons why her business is growing slowly is due to fact she pays less attention to the development of product branding. As a marketing student, figure out **FIVE (5)** benefits of branding that Mrs. Thiva will get if she manages her product branding properly.

Puan Thiva merupakan seorang pengusaha muruku yang masih bertahan di dalam pasaran selepas 5 tahun mengusahakan perniagaan tersebut. Sepanjang tempoh itu, Puan Thiva mendapati bahawa perkembangan

*perniagaannya adalah pada kadar yang perlahan. Apabila diteliti, antara punca mengapa perniagaannya berprestasi sebegitu adalah disebabkan beliau kurang menitiberatkan pembangunan terhadap penjenamaan produk. Sebagai seorang pelajar pemasaran, kenalpasti **LIMA (5)** faedah penjenamaan yang bakal diperolehi oleh Puan Thiva sekiranya beliau menguruskan penjenamaan produknya dengan betul.*

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4
SOALAN 4

CLO3
C2

- (a) Mr. Ben owns a children's apparel factory in the small village of Parit Buntar, Perak. His firm is capable of producing high-quality products but due to lack of marketing aspects, his products are unable to penetrate large supermarkets in Malaysia. Mr. Ben believes he must take an action so that his products can be easily accesses in any supermarket or store, hence increasing his sales.

Encik Ben merupakan pemilik kilang pakaian kanak-kanak di pekan kecil Parit Buntar, Perak. Kilang beliau berupaya mengeluarkan produk yang berkualiti tinggi namun disebabkan kekurangan dari aspek pemasaran menyebabkan produknya tidak dapat menembusi mana-mana pasaraya besar di Malaysia. Encik Ben percaya beliau perlu melakukan sesuatu agar produknya mudah memasuki mana-mana pasaraya atau kedai dan seterusnya dapat meningkatkan jualanannya.

CLO3
C2

- (i) Based on the above statement, choose **ONE (1)** brand sponsor decision that is suitable used by Mr. Ben.

*Berdasarkan pernyataan di atas, pilih **SATU (1)** keputusan penajaan jenama yang sesuai digunakan oleh Encik Ben.*

[1 mark]
[1 markah]

CLO3
C2

- (ii) Explain **TWO (2)** advantages of the above brand sponsor decision. (Refer to answer (a) (i))

*Terangkan **DUA (2)** kelebihan bagi keputusan penajaan jenama di atas. (merujuk kepada jawapan (a)(i))*

[4 marks]

[4 markah]

CLO3
C4

(b) Differentiate **TWO (2)** brand name decisions below by using automobile company as an example:

Bezakan DUA (2) keputusan nama jenama di bawah dengan menggunakan syarikat automobil sebagai contoh:

| | |
|--|--|
| Individual brand name <i>Nama jenama individu</i> | Company trade name combined with individual product names <i>Nama dagangan syarikat digabungkan dengan nama jenama individual</i> |
|--|--|

[10 marks]

[10 markah]

CLO3
C5

(c) Orbit Café is well-known for their coffee drinks under the Orbitz brand. There are four coffee drink options: Orbitz Mocha, Orbitz Cappucino, Orbitz and Hazelnut, and Orbitz Americano. Currently, the manager wishes to expand this brand in order to increase profits for the company.

Orbit Café terkenal dengan minuman kopi mereka di bawah jenama Orbitz. Terdapat empat pilihan minuman kopi: Orbitz Mocha, Orbitz Cappucino, Orbitz Hazelnut dan Orbitz Americano. Pada masa ini, pengurus ingin mengembangkan jenama ini untuk meningkatkan keuntungan syarikat.

| | | Product category | |
|------------|----------|------------------|------------|
| | | Existing | New |
| Brand name | Existing | X | Y |
| | New | Multibrands | New brands |

Figure 1

Gambarajah 1

- i. Propose brand strategy decision that is marked by X in Figure 1.

Cadangkan keputusan strategi jenama yang ditandakan dengan X dalam gambar rajah 1.

[7 marks]

[7 markah]

- ii. Support your answer above with an appropriate example in relation to the Orbit Café scenario.

Sokong jawapan anda di atas dengan memberikan contoh yang sesuai berhubung dengan senario Orbit Café.

[3 marks]

[3 markah]

SOALAN TAMAT