

**SULIT**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI II : 2022/2023**

**DPM50123 : SERVICES MARKETING**

**TARIKH : 15 JUN 2023**

**MASA : 11.15 PG – 1.15 PTG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

**SULIT**

**INSTRUCTION:**

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

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan. Jawap **SEMUA** soalan.*

**QUESTION 1****SOALAN 1**

- CLO1 (a) State any **FIVE (5)** supplementary services.  
*Nyatakan mana-mana **LIMA (5)** perkhidmatan tambahan.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (b) Discuss **FOUR (4)** roles of technology in services.  
*Bincangkan **EMPAT (4)** peranan teknologi dalam perkhidmatan.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (c) Marketing a services product is different from marketing a tangible product. This is because the service has its their own unique characteristics. As a manager of a transportation company, you are required to apply **FOUR (4)** characteristics of services for your company.
- Memasarkan produk perkhidmatan adalah berbeza daripada memasarkan produk ketara. Ini kerana perkhidmatan mempunyai ciri- ciri unik yang tersendiri. Sebagai pengurus syarikat perkhimatan kenderaan anda dikehendaki menggunakan **EMPAT (4)** ciri- ciri perkhidmatan untuk syarikat anda.*
- [10 marks]  
[10markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**

- CLO1 (a) List down **FIVE (5)** stages model of service consumption.  
*Senaraikan LIMA (5) peringkat model pengguna perkhidmatan.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- (b) The consumption of services has been considered as 'process consumption' because production is part of a service consumption and it is not simply viewed as the outcome of a production process, as in the case in the traditional marketing of physical goods.
- Penggunaan perkhidmatan telah dianggap sebagai 'penggunaan proses' kerana pengeluaran adalah sebahagian daripada penggunaan perkhidmatan dan tidak hanya dilihat sebagai hasil daripada proses pengeluaran, seperti yang berlaku dalam pemasaran tradisional barangan fizikal.*
- CLO1 i. Explain **FOUR (4)** categories of service processes with appropriate example.  
*Jelaskan EMPAT (4) kategori proses perkhidmatan dengan contoh yang sesuai.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 ii. Assume you are a bank manager, apply **THREE (3)** service systems which are suitable to be conducted at your banking institution.
- Andaikan anda sebagai pengurus bank, gunakan TIGA (3) sistem perkhidmatan yang sesuai dijalankan di institusi bank anda.*
- [10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**

- (a) Service marketing program focuses on delivering processes, experiences, and intangibles to customers rather than physical goods and transactions. It involves integrating a focus on the customer throughout the firm and across all functions of concept of cost, communication mix and distribution services.

*Program pemasaran perkhidmatan memfokuskan pada penyampaian proses, pengalaman dan tidak ketara kepada pelanggan dan bukannya barangan dan transaksi fizikal. Ia melibatkan penyepaduan tumpuan kepada pelanggan di seluruh firma dan merentasi semua fungsi konsep kos, campuran komunikasi dan perkhidmatan pengedaran.*

- CLO1 i. Recognize the difference between negotiation flow and product flow.  
*Kenalpasti antara aliran rundingan dan aliran produk.*

[5 marks]

[5 markah]

- CLO1 ii. Explain **FOUR (4)** key costs that customers may incur in using a service in term of non-monetary cost with appropriate examples for each.

*Jelaskan **EMPAT (4)** kos utama yang mungkin ditanggung oleh pelanggan dalam menggunakan perkhidmatan dari segi kos bukan kewangan dengan contoh yang bersesuaian bagi setiap satu.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (b) The communication mix involves all the tools used to communicate with the customers or potential customers. Aqil Car Workshop is a new company that provides car repairing service. Provide **FOUR (4)** suitable elements of the marketing mix that will be used for that communication.

*Campuran komunikasi melibatkan semua alat yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan atau bakal pelanggan. Bengkel Kereta Aqil merupakan syarikat baru yang menyediakan perkhidmatan membaiki kereta. Sediakan **EMPAT (4)** elemen campuran pemasaran yang sesuai yang akan digunakan bagi komunikasi tersebut.*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 4****SOALAN 4**

- CLO1 (a) Describe any **TWO (2)** levels of customer contact.  
*Terangkan mana-mana **DUA (2)** tahap hubungan pelanggan.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (b) Discuss **THREE (3)** decisions about place and time of distribution services with an appropriate example.  
*Bincangkan **TIGA (3)** keputusan tentang tempat dan masa perkhidmatan pengedaran dengan contoh yang sesuai.*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (c) You have just been appointed as a marketing executive at a fitness centre. You are asked by the manager to present a service component quality to increase the productivity of the company. Prepare **FIVE (5)** dimensions of the service quality component that will be used in the Fitness Centre.  
*Anda baru sahaja dilantik sebagai eksekutif pemasaran di Pusat Kecergasan. Anda diminta oleh pengurus untuk membentangkan komponen perkhidmatan kualiti untuk meningkatkan produktiviti syarikat. Sediakan **LIMA (5)** dimensi komponen yang akan digunakan bagi perkhidmatan di pusat kecergasan.*
- [10 marks]  
[10 markah]

**SOALAN TAMAT**