

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI JUN 2017**

**DPM5013 : MARKETING CHANNEL**

**TARIKH : 01 NOVEMBER 2017**

**MASA : 11.15 PAGI - 1.15 PETANG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **EMPAT (4)** 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)** structured questions. Answer **ALL** questions.

**ARAHAN:**

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

**QUESTION 1****SOALAN 1**CLO1  
C2

(a) Illustrate the channel levels and relate them with an appropriate explanation.

*Huraikan tahap-tahap saluran dan kaitkan dengan penjelasan yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1  
C3

(b) Social media and mobile phone play an important roles in people shopping experiences.

Relate **FIVE (5)** current trends in retailing with an appropriate example.

*Media sosial dan telefon bimbit memainkan peranan penting kepada pengguna di dalam pengalaman membeli-belah terkini. Kaitkan LIMA (5) trend peruncitan kini beserta contoh yang bersesuaian.*

[15 marks]

[15 markah]

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

CLO1  
C1

- (a) Describe the logistical rights within marketing channel.

*Terangkan hak-hak logistik dalam saluran pemasaran.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO1  
C3

- (b) Illustrate the multichannel marketing systems available in marketing channels.

*Terangkan sistem pemasaran pelbagai saluran yang boleh didapati dalam saluran pemasaran.*

[15 marks]  
[15 markah]

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

CLO2  
C1

- (a) Motivation refers to the actions taken by the manufacturer to foster channel member's cooperation in implementing the distribution objectives. Describe cooperation approach in motivating marketing channel members.

*Motivasi merujuk kepada tindakan yang diambil oleh pengeluar untuk memupuk kerjasama ahli saluran dalam melaksanakan objektif pengedaran. Jelaskan pendekatan kerjasama dalam memotivasikan ahli saluran pemasaran.*

[5 marks]  
[5 markah]

CLO2  
C2

- (b) Explain FIVE (5) criteria to evaluate the performance of channel members.

*Terangkan LIMA (5) kriteria untuk menilai prestasi ahli saluran.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO2  
C3

- (c) Channel conflict refers to a problem, or conflict in the flow of sales, or sales channel, that hinders a product or service from effectively reaching to the end customers.

*Konflik saluran merujuk kepada satu masalah, atau konflik dalam aliran jualan, atau saluran jualan, yang menghalang sesuatu produk atau perkhidmatan sampai ke pelanggan akhir dengan berkesan..*

List **FOUR (4)** causes of channel conflict.

*Senaraikan EMPAT (4) penyebab konflik saluran.*

[10 marks]  
[10 markah]

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

CLO3  
C1

- (a) The environment is an uncontrollable external factors in marketing channel. Explain FIVE (5) types of environment under general topic.

*Persekitaran adalah factor luaran yang tidak dapat dikawal oleh saluran pemasaran. Kategorikan LIMA (5) persekitaran tersebut mengikut topik yang umum.*

[15 marks]  
[15 markah]

CLO3  
C2

- (b) The first step in the process of designing marketing channel is analyzing the service output levels desired by customers. Explain FIVE (5) elements of this service output levels.

*Langkah pertama dalam proses merekabentuk saluran pemasaran adalah analisa tahap output perkhidmatan yang diinginkan oleh pelanggan. Terangkan LIMA (5) elemen tahap output perkhidmatan tersebut.*

[10 marks]  
[10 markah]

**SOALAN TAMAT**