

SULIT

PM304: RETAILING

**SECTION A: 25 MARKS**  
**BAHAGIAN A: 25 MARKAH**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **TWENTY FIVE (25)** objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi DUA PULUH LIMA (25) soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan.*

CLO1  
C4

1. Which of the following distribution functions are generally **NOT** provided by retailers for their manufacturer/wholesaler suppliers?

*Fungsi agihan yang manakah TIDAK ditawarkan oleh peruncit kepada pengilang atau pemborong?*

- A. Contact with the final customer  
*Berhubung dengan pelanggan akhir.*
- B. Inventory storage prior to sale  
*Simpanan inventori sebelum dijual.*
- C. Pre-paying for merchandise in advance of it being sold to final consumers  
*Bayaran pendahuluan untuk barang niaga yang dijual untuk pelanggan akhir.*
- D. Delivery and installation of goods to final consumers  
*Perkhidmatan penghantaran dan pemasangan kepada pengguna akhir.*

CLO1  
C3

2. A narrow but deep product assortment characterizes \_\_\_\_\_.

*Kepelbagaian produk yang sempit tetapi dalam merupakan ciri untuk \_\_\_\_\_*

- A. department stores  
*kedai Berjabatan*
- B. specialty stores  
*kedai Istimewa*
- C. variety stores  
*kedai Pelbagai.*
- D. retail catalog showrooms  
*ruang pameran peruncitan.*

SULIT

**POLITEKNIK**  
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2012

PM304: RETAILING

TARIKH : 23 APRIL 2013

TEMPOH : 2 JAM ( 2.30 PM - 4.30 PM )

Kertas ini mengandungi **EMPAT BELAS (14)** 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

- CLO3  
C4
- D. Fad merchandise  
*Barangan Ikutan Pada Sewaktu Ketika.*
6. Which type of location is generally characterized by no competition, good road visibility and easy parking?  
*Jenis lokasi yang manakah disifatkan sebagai tiada persaingan, jalan sempurna dan mudah untuk memparkir?*
- A. Isolated store  
*"Isolated Store"*
- B. Business district  
*Kawasan perniagaan.*
- C. Strip  
*Jajaran kedai.*
- D. Shopping center  
*Pusat membeli belah.*
- CLO1  
C3
7. The trading-area segment from which a retailer draws customers from longest distances is the \_\_\_\_\_ trading area.  
*Segment kawasan perniagaan yang terletak jauh dari pelanggan merupakan kawasan perniagaan \_\_\_\_\_.*
- A. secondary  
*kedua.*
- B. satellite  
*satelit.*
- C. fringe  
*pinggiran atau hujung.*
- D. primary  
*pertama.*
- CLO1  
C4
8. Which shopping orientation has the highest price sensitivity?  
*Orientasi membeli belah yang manakah mempunyai sensitiviti harga yang tinggi?*

- CLO1  
C4
3. From a consumer's perspective, a video kiosk most closely resembles a/an \_\_\_\_\_  
*Daripada perspektif pengguna, kiosk video bersamaan dengan \_\_\_\_\_*
- A. vending machine  
*mesin layan diri.*
- B. point-of-sale system  
*sistem jualan berpusat.*
- C. web browser  
*"web Browser"*
- D. ATM (Automatic Teller Machine)  
*mesin transaksi automatik.*
- CLO1  
C2
4. A major disadvantage of centralized buying is \_\_\_\_\_.  
*Keburukan utama bagi pembelian berpusat adalah \_\_\_\_\_.*
- A. disjointed planning  
*perancangan yang tidak teratur.*
- B. excessive uniformity  
*keseragaman yang melampau.*
- C. a quick order process  
*proses tempahan pantas.*
- D. an inconsistent image  
*imej yang tidak konsisten.*
- CLO1  
C1
5. What type of merchandise generates high sales levels for a short time period?  
*Apakah jenis barang niaga yang menjana tahap jualan yang tinggi dalam tempoh jangka masa singkat?*
- A. Fashion merchandise  
*Barangan Fesyen.*
- B. Assortment merchandise  
*Barangan Pelbagai*
- C. Seasonal merchandise  
*Barangan Bermusim.*

- C. A store must be built rather than rented normally  
*Kebiasaannya kedai dibina berbanding disewa.*
- D. Rental costs are relatively low.  
*Kadar sewaan kebiasaannya rendah.*

CLO1  
C1

11. The main measure for location and site value is their \_\_\_\_\_.

*Pengukur utama bagi nilai lokasi dan kawasan adalah \_\_\_\_\_.*

- A. store composition  
*komposisi Kedai.*
- B. parking facilities  
*kemudahan Parkir.*
- C. transportation facilities  
*kemudahan Pengangkutan.*
- D. pedestrian traffic count.  
*kepadatan pejalan kaki.*

CLO1  
C2

12. Consumers usually perceive higher-priced products as \_\_\_\_\_.

*Kebiasaannya pengguna mengandaikan produk yang berharga mahal adalah \_\_\_\_\_.*

- A. out of reach for most people.  
*sukar diperolehi oleh kebanyakan pengguna.*
- B. being in the introductory stage of the product life cycle.  
*merupakan tahap pengenalan dalam kitaran hayat produk.*
- C. having cost-based prices.  
*mempunyai harga berasaskan kos.*
- D. having high quality.  
*mempunyai kualiti yang tinggi.*

CLO1  
C2

13. The figure below refers to \_\_\_\_\_.

*Gambaran dibawah merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. Industrial consumers  
*Pengguna Industri.*
- B. Middle consumers  
*Pengguna pertengahan.*
- C. Economic consumers.  
*Pengguna ekonomi.*
- D. Ethical consumers  
*Pengguna Etika.*

CLO3  
C4

9. Below are the steps involved in choosing a retail location. Arrange the steps in sequence.

*Berikut merupakan langkah yang terlibat dalam memilih lokasi peruncitan. Susun langkah – langkah tersebut dengan teratur.*

- i. Select the best site available  
*Memilih kawasan terbaik.*
- ii. Identify the most attractive sites  
*Kenalpasti kawasan menarik.*
- iii. Evaluate the demand and supply within that market.  
*Menilai permintaan dan penawaran di dalam pasaran.*
- iv. Identifying the market in which to locate the store.  
*Mengenalpasti pasaran dimana lokasi kedai ditempatkan.*

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

CLO1  
C110. Which statement is **NOT** true about isolated stores?*Pernyataan yang manakah **TIDAK** benar berkaitan "isolated store"?*

- A. There is no competition.  
*Tiada persaingan.*
- B. There is little flexibility.  
*Kurang fleksibiliti.*

*Alatan promosi pengguna yang manakah paling efektif dalam memperkenalkan produk baru atau daya tarikan baru bagi barang sedia ada?*

- A. Rebates  
*Rebat.*
- B. Coupons  
*Kupon.*
- C. Sampling.  
*Pemberian sampel.*
- D. Cash refunds  
*Pengembalian tunai.*

CLO3  
C2

16. Manufacturers direct more sales promotion expenditure toward \_\_\_\_\_ than to \_\_\_\_\_.

*Pembelajaan promosi jualan bagi pengilang lebih terarah kepada \_\_\_\_\_ daripada \_\_\_\_\_.*

- A. retailers and wholesalers; consumers  
*pemborong dan peruncit; pengguna.*
- B. customers ;wholesalers  
*pelanggan ;pemborong*
- C. retailers; wholesalers  
*peruncit; pemborong*
- D. consumers; retailers  
*pengguna; peruncit.*

CLO3  
C2

17. Advertising costs are shared between two or more retailers or manufacturers, and wholesalers, through \_\_\_\_\_.

*Kos pengiklanan ditanggung diantara dua peruncit atau pengilang dan pemborong melalui*

- A. promotional system.  
*sistem promosi.*
- B. promotional allowances.  
*elaun promosi.*



- A. multiple Pricing Strategy  
*strategi harga pelbagai.*
- B. odd Pricing Strategy.  
*strategi harga ganjil.*
- C. every Day Low Pricing Strategy. (EDLP)  
*strategi harga EDLP.*
- D. flexible Pricing Strategy.  
*strategi harga fleksibel.*

CLO1  
C1

14. \_\_\_\_\_ involves two-way, personal communication between sales people and individual customers whether face-to-face, by telephone, through video or Web conferences, or by other means.

*\_\_\_\_\_ melibatkan dua hala, komunikasi personal antara juru jual dan pelanggan secara bersemuka, melalui telefon, melalui video atau "web conference" atau kaedah lain yang berkaitan.*

- A. Direct marketing  
*Pemasaran terus.*
- B. Persuasive selling  
*Jualan memujuk.*
- C. Advertising  
*Pengiklanan.*
- D. Personal selling  
*Jualan peribadi.*

CLO3  
C2

15. Which is the most effective consumer promotional tool in introducing a new product or creating excitement for an existing one?

- D. Publicity, massed promotion  
*Publiciti, promosi massa.*

CLO3  
C2

20. Below are the human resources management processes in retailing. Arrange the process in sequence.

*Berikut adalah proses pengurusan sumber manusia dalam peruncitan. Susun proses ini mengikut urutan.*

- i. Selection of retail personnel  
*Pemilihan kakitangan peruncitan.*
- ii. Recruitment of retail personnel  
*Merekrut kakitangan peruncitan.*
- iii. Training of retail personnel  
*Melatih kakitangan peruncitan.*
- iv. Compensation of retail personnel.  
*Pemberiaan imbuhan baki kaitangan peruncitan.*
- v. Supervision of retail personnel  
*Pemantauan bagi kakitangan peruncitan.*

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

CLO2  
C1

- 21 It includes marquee, entrance, window, lighting and construction materials. This statement refers to \_\_\_\_\_.

*Ianya mengandungi "marquee", tetingkap, ruang masuk, pencahayaan dan pembangunan material kedai. Pernyataan ini merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. atmosphere  
*atmosfera.*
- B. general interior  
*ruang dalaman am.*
- C. exterior  
*ruangan luaran.*
- D. store layout  
*susun atur kedai.*

- C. cooperative advertising.  
*pengiklanan bersama.*

- D. slotting fees.  
*yuran sampingan.*

CLO3  
C3

18. It increases short-term sales volume, maintaining customer loyalty and emphasizing novelty and complementing others promotional tools. The most popular tools used by retailers were coupons. The description refers to \_\_\_\_\_.

*Ia meningkatkan volum jualan dalam jangka masa pendek, mengekalkan kesetiaan pelanggan, menekankan pembaharuan dan dijadikan sebagai pelengkap alatan campuran promosi. Alatan yang sering digunakan oleh peruncit adalah kupon. Huraian di atas merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

- A. sales promotion.  
*promosi jualan.*
- B. samples.  
*pemberiaan sampel.*
- C. trade allowances.  
*elauan Dagangan.*
- D. rebate.  
*rebat.*

CLO3  
C3

19. \_\_\_\_\_ it is not as readily controllable and unpaid. \_\_\_\_\_ is non-personal communication transmitted through out-of-store mass media by identified sponsor.

*\_\_\_\_\_ tidak boleh dikawal dan berbayar, \_\_\_\_\_ merupakan komunikasi tidak personal yang diterjemahkan melalui media massa menerusi penaja yang dikenalpasti.*

- A. Publicity, advertising  
*Publiciti, pengiklanan.*
- B. Publicity, personnel selling  
*Publiciti, jualan peribadi.*
- C. Publicity, sales promotion  
*Publiciti, jualan promosi.*

*Merekrut.*

B. Selection.  
*Pemilihan.*

C. Supervision.  
*Memantau.*

D. Motivation.  
*Motivasi.*

CLO1  
C1

25. It can be painted or added with neon lights, and set alone or mixed with slogan (trademark) as well as other information. The description refers to \_\_\_\_\_

*Ia boleh dicetak atau pencahayaan neon, dan dimasukkan slogan dan informasi tertentu. Pernyataan ini merujuk kepada \_\_\_\_\_*

A. storefront  
*ruang depan kedai.*

B. visual merchandising  
*barang niaga boleh Nampak.*

C. marquee  
*"marquee"*

D. interior displays  
*peragaan dalaman.*

CLO2  
C2

22. Almost 80 percent of departmental stores use carpets, cement, and wood as floorings. A teen-oriented apparel boutique might use bright color paint. Maternity dress shop might use pastel color paint. The statements above refer to \_\_\_\_\_

*Lebih 80% kedai berjabatan menggunakan karpet, simen dan kayu sebagai lantai kedai. Butik pakaian remaja kebiasaannya menggunakan warna yang terang. Manakala butik pakaian ibu mengandung kebiasaannya menggunakan warna yang lembut dan natural. Pernyataan ini merujuk kepada \_\_\_\_\_.*

A. storefront.  
*ruang depan kedai.*

B. atmosphere  
*atmosfera.*

C. store layout  
*susun atur kedai.*

D. general interior  
*ruang dalaman am.*

CLO2  
C1

23. When a retailer has a sense of \_\_\_\_\_, one acts in a trustworthy, fair, honest, and respectful manner with each of its constituencies.

*Apabila peruncit mempunyai nilai \_\_\_\_\_, sifat kebolehppercayaan, adil, jujur dan nilai-nilai menghormati wujud di antara pelbagai pihak.*

A. ethics  
*etika*

B. social responsibility  
*tanggungjawab social.*

C. consumerism  
*nilai kepenggunaan.*

D. supplier Interaction  
*perhubungan pembekal.*

CLO2  
C2

24. \_\_\_\_\_ is the process of searching the candidate for employment and stimulating them to apply for job in the organization.

*\_\_\_\_\_ merupakan proses mencari pekerjaan yang berke Layakan dan merangsang mereka memohon jawatan didalam organisasi.*

A. Recruitment.

iii. Television advertising/ *Pengiklanan Televisyen*

[5 marks]  
[5 Markah]

iv. Direct mail/ *"Direct mail"*

[4 marks]  
[4 Markah]

CLO3  
C1

(b) State **FOUR (4)** advantages and disadvantages of public relations.

*Nyatakan EMPAT (4) kebaikan dan keburukan perhubungan awam.*

[8 marks]  
[8 Markah]

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

CLO2  
C2

(a) Explain briefly **FOUR (4)** elements of atmosphere in retailing.

*Terangkan secara ringkas EMPAT (4) elemen atmosfera di dalam peruncitan.*

[8 marks]  
[8 Markah]

CLO2  
C1

(b) Describe **THREE (3)** types of customer services.

*Huraikan TIGA (3) jenis perkhidmatan pelanggan.*

[12 marks]  
[12 Markah]

CLO2  
C3

(c) Explain briefly **TWO (2)** characteristics of retail personnel.

*Terangkan secara ringkas DUA (2) ciri-ciri kakitangan peruncitan.*

[5 marks]  
[5 Markah]

**SOALAN TAMAT**

**SECTION B : 75 MARKS**  
**BAHAGIAN B : 75 MARKAH**

**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  
C2

(a) List **FIVE (5)** importances of retailing in the economy context.

*Senaraikan LIMA (5) kepentingan peruncitan dalam konteks ekonomi.*

[5 Marks]  
[5 markah]

CLO1  
C3

(b) Explain **FIVE (5)** types of non-store retailing in Malaysia.

*Terangkan LIMA (5) jenis peruncitan tanpa kedai di Malaysia.*

[20 Marks]  
[20 markah]

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

CLO3  
C2

(a) Discuss the elements of advertising media below.

*Bincangkan elemen- elemen media pengiklanan dibawah*

i. Transit advertising/ *Pengiklanan Transit*

[4 marks]  
[4 Markah]

ii. Magazine advertising/ *Pengiklanan Majalah.*

[4 marks]  
[4 Markah]