

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PENILAIAN ALTERNATIF BERIKUTAN  
PELAKSANAAN PERINTAH KAWALAN BERSYARAT**

**SESI JUN 2020**

**DPM30033 : PRODUCT**

---

**NAMA PENYELARAS KURSUS: ZAKIAH BINTI OTHMAN**

**KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE**

**JENIS PENILAIAN : ANEKA PILIHAN (10 SOALAN)  
ESEI BERSTRUKTUR (1 SOALAN)**

**TARIKH PENILAIAN : 23 DISEMBER 2020**

**TEMPOH PENILAIAN : 50 MINIT**

---

**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 17.3)**

**SECTION A: 20 MARKS**  
**BAHAGIAN A: 20 MARKAH**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **TEN (10)** objective questions. Write your answers in the answer sheet form provided.

**ARAHAN :**

*Bahagian ini mengandungi **SEPULUH (10)** soalan objektif. Tulis jawapan anda di dalam helaian kertas yang disediakan.*

CLO1  
C3

1. Convenience product is a product that customer buys frequently, immediately with a minimum comparison and buying effort. It is categorized into staple, impulse and emergency products. Figure two products that are **NOT** impulse product?

*Produk mudah beli adalah produk pengguna yang biasanya dibeli oleh pelanggan dengan kerap, dengan segera dan dengan perbandingan dan usaha membeli minimum. Ianya terbahagi kepada produk asas, produk gerak hati dan produk kecemasan. Tentukan dua produk yang **BUKAN** merupakan produk gerak hati?*

- I. Chewing gum  
*Gula-gula getah*
  - II. Anchovies  
*Ikan bilis*
  - III. AA batteries  
*Bateri AA*
  - IV. Clothing  
*Pakaian*
- A. I & II  
B. I & III  
C. II & III  
D. II & IV

CLO1  
C3

2. There are three levels of product involved in a purchasing. It includes the core product, the actual product and the augmented product. Figure which of the following statements are **TRUE** about level of product?

*Tiga tahap produk terlibat dalam pembelian. Ini termasuklah produk utama, produk sebenar dan produk tambahan. Tentukan yang manakah pernyataan berikut adalah **BENAR** tentang tahap produk?*

- I. Core product for hotel is to get rest.  
*Product teras bagi hotel adalah bagi mendapatkan rehat.*
  - II. Producing a light-weight camera is an actual product for a camera.  
*Mengeluarkan kamera yang ringan merupakan produk sebenar bagi sebuah kamera.*
  - III. Augmented product is like a car service centre which provides free flow drink to its customers while waiting for their car is ready from services.  
*Produk tambahan adalah seperti pusat khidmat kereta menyediakan air percuma kepada pelanggannya yang sedang menunggu kereta siap dibaiki.*
  - IV. Augmented product involves the additional non tangible benefits that a product can offer to the producer.  
*Produk tambahan melibatkan faedah tambahan yang tidak kelihatan yang boleh ditawarkan oleh sesuatu produk kepada pengeluar.*
- A. I, II, III
  - B. I, II & IV
  - C. II, III & IV
  - D. I, II, III & IV

CLO1  
C3

3. Generally, product life cycle contains four distinct stages; introduction, growth, maturity and decline stage. Each stage has its own characteristics. Examine which of the following statements are **NOT TRUE** about growth stage of product life cycle?

*Secara umumnya, kitaran hayat produk mengandungi empat peringkat yang berbeza. Setiap peringkat mempunyai ciri-cirinya yang tersendiri. Periksa yang manakah pernyataan berikut adalah **TIDAK BENAR** mengenai peringkat pertumbuhan kitaran hayat produk?*

- I. Little profit or no profit due to low sales and high in distribution and promotion expenses.  
*Keuntungan yang sedikit atau tiada keuntungan disebabkan oleh jualan yang rendah dan tinggi dalam perbelanjaan pengedaran dan promosi.*

- II. Low sales due to shifting in consumer taste.  
*Jualan rendah disebabkan perubahan pada citarasa pengguna.*
- III. It starts when a product is accepted by the market place.  
*Ia bermula apabila produk diterima oleh pasaran.*
- IV. At this stage, the profit starts declining.  
*Pada peringkat ini, keuntungannya mula menurun.*

- A. I, II, III  
B. I, II & IV  
C. II, III & IV  
D. I, II, III & IV

4. Complete the table below with suitable examples according to its category.  
*Lengkapkan jadual di bawah dengan contoh-contoh yang sesuai mengikut kategorinya.*

<i>Strategies Through Maturity Stage Strategi Sepanjang Berada di Peringkat Kematangan</i>		
<i>Product Modification Modifikasi Product</i>	<i>Market Modification Modifikasi Pasaran</i>	<i>Marketing Mix Modification Modifikasi Campuran Pasaran</i>
<p>Example: <i>Contoh:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produa added safety features to its new car model. <i>Produa menambah ciri keselamatan pada model kereta barunya.</i></li> </ul>	<p>Example: <i>Contoh:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	<p>Example: <i>Contoh:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mc Ronald improved its customer services effectiveness via self-service kiosk machine. <i>Mc Ronald meningkatkan keberkesanan perkhidmatan pelanggannya melalui mesin kiosk layan diri</i></li> </ul>

- I. Mylo launched its new product at a low price and minimal promotion  
*Mylo melancarkan produk barunya pada harga rendah dan promosi yang minima.*
- II. Quicker Oat suggested its customers to eat its cereal not only during breakfast time but also during dinner.

*Quicker Oat mencadangkan pelanggannya untuk makan bijirannya bukan hanya sewaktu sarapan pagi tetapi juga boleh dimakan pada waktu tengahari dan makan malam.*

III. Johnsen & Johnsen Company retargeted its body lotion from baby to adult. *Syarikat Johnsen & Johnsen mensasarkan semula losyen badannya dari bayi kepada orang dewasa.*

IV. Produa Mayvi car with new front design and stylish headlight. *Kereta Produa Mayvi dengan reka bentuk depan baru dan lampu depan yang bergaya.*

A. I & II

B. II & III

C. III & IV

D. II & IV

CLO1  
C3

5. Examine which of the following strategies can be used through maturity stage? *Strategi berikut yang manakah yang boleh digunakan ketika berada pada peringkat kematangan?*

I. EKIA is spending money on informative advertising to create awareness to customers.

*EKIA membelanjakan wang untuk pengiklanan berbentuk informasi bagi memberi kesedaran kepada pelanggan.*

II. Drinko Enterprise extend its drinking line by introducing new flavors such as Honey Bubble Tea, Avocado Bubble Tea and Lemonade Bubble Tea.

*Drinko Enterprise mempelbagaikan barisan minumannya dengan memperkenalkan perisa baru seperti Honey Bubble Tea, Avocado Bubble Tea dan Lemonade Bubble Tea.*

III. Cooway redesigns its water filter to make it look modern and stylish.

*Cooway merancang semula produknya agar kelihatan moden dan bergaya.*

IV. Happy Furniture reduced the quality of its certain furniture in order to reach new customers.

*Happy Furniture menurunkan kualiti perabot tertentu untuk menjangkau pelanggan baru.*

A. I, II, III

CLO1  
C3

- B. I, II & IV
- C. II, III & IV
- D. I, II, III & IV

6. Figure which of the following statements are **TRUE** about product mix?  
*Tentukan yang manakah pernyataan berikut adalah **BENAR** tentang campuran produk?*

- I. It can be called a composition of all product lines that a company offers to consumers in the market.  
*Ia boleh dipanggil komposisi semua barisan produk yang ditawarkan oleh syarikat kepada pengguna di pasaran.*
- II. TeaLife Enterprise extends its bubble tea line by introducing new flavors such as Honey Bubble Tea and Lemonade Bubble Tea. Tealife is assumed as practicing the width dimension to its product mix.  
*TeaLife Enterprise mempelbagaikan barisan teh buihnya dengan memperkenalkan perisa baru seperti Teh Buih Madu dan Teh Buih Lemon. Tealife dikatakan sedang menggunakan dimensi kelebaran campuran produknya.*
- III. Avon is said to be less consistent of consistency of product mix as all product lines go through the same distribution channels and buyers.  
*Avon dikatakan kurang konsisten ketekalan dalam campuran produknya kerana semua barisan produknya melalui saluran pengedaran dan pembeli yang sama.*
- IV. By adding new product lines into business, it can deepen the product assortment.  
*Dengan menambahkan barisan produk baru ke dalam perniagaan, ia dapat memperdalamkan kepelbagaian produk.*

- A. I, II, III
- B. I, II & IV
- C. I, III & IV
- D. I, II, III & IV

CLO1  
C3

7.

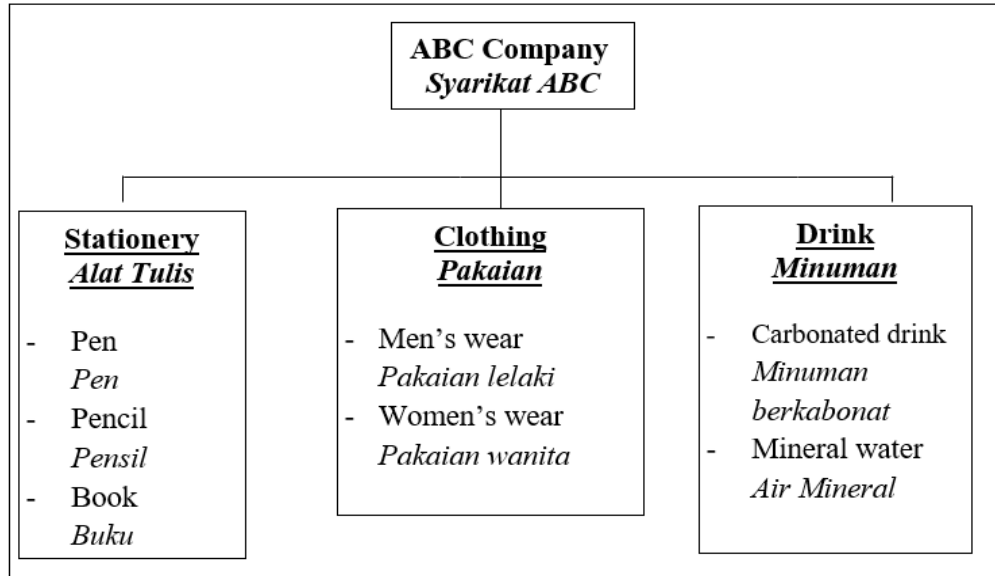


Diagram 1  
Gambarajah 1

Based on the diagram 1, examine which of the following statements are **TRUE**?

Berdasarkan gambarajah 1, periksa yang manakah pernyataan berikut adalah **BENAR**?

- I. Product mix length for ABC Company contains six items.  
*Kepanjangan campuran produk Syarikat ABC adalah sebanyak enam item.*
  - II. ABC Company is offering three different product lines.  
*Syarikat ABC menawarkan tiga jenis barisan produk yang berbeza.*
  - III. ABC Company can offer Asian drink to lengthen its drink line.  
*Syarikat ABC boleh menawarkan minuman Asia untuk memanjangkan barisan minumannya.*
  - IV. ABC Company can sell calculator under its stationery line.  
*Syarikat ABC boleh menjual kalkulator di bawah barisan alatulisnya.*
- A. I, II, III
  - B. I, II & IV
  - C. I, III & IV
  - D. I, II, III & IV

8. Examine which of the following statements is **TRUE**?

*Yang manakah pernyataan berikut adalah **BENAR**?*

- I. Product map can help to identify market segment and design product line company.  
*Peta produk dapat membantu mengenalpasti segmen pasaran dan merancang barisan produk syarikat.*
  - II. Manager can know about the percentage of total sale and profits contributed each item in the product line through product-line sales and profit analysis.  
*Pengurus dapat mengetahui berkenaan dengan peratusan jumlah penjualan dan keuntungan di setiap item dalam barisan produk melalui analisis jualan dan keuntungan barisan produk.*
  - III. Companies can only choose one product line stretching strategy at one time.  
*Syarikat hanya boleh memilih satu strategi regangan barisan produk dalam satu masa.*
  - IV. Product line filling occurs when new products are launched and old products are discontinued.  
*Pengisian barisan produk berlaku apabila produk baru dilancarkan dan yang lama dihentikan pengeluarannya.*
- A. I & II
  - B. I & III
  - C. II & III
  - D. II & IV

CLO1  
C3

9. The objective of the product decision is to develop and implement a product strategy that meets the demands of the marketplace with a competitive advantage. Examine which of the following statements is **NOT TRUE** about product line decision?

*Objektif keputusan produk adalah untuk mengembangkan dan menerapkan strategi produk yang dapat memenuhi permintaan pasaran dengan kelebihan berdaya saing. Periksa yang manakah pernyataan berikut adalah **TIDAK BENAR** tentang keputusan barisan produk?*



- I. The example of product line pruning is when Peroton Company removed its Tiyara car from the sedan car line.  
*Contoh pemangkasan barisan produk ialah apabila Syarikat Peroton mengeluarkan kereta Tiyara dari barisan kereta sedan.*
- II. When Aminah Bee Stationery Shop gives a special promotional attention to certain item in the reading book line to make it as traffic builder, it is said that Aminah Bee is practicing product line featuring.  
*Apabila Kedai Alatulis Aminah Bee memberikan perhatian promosi khas untuk item tertentu di barisan buku bacaan bagi menjadikannya sebagai 'traffic builder', ianya dikatakan bahawa Aminah Bee sedang mengamalkan barisan produk penampilan.*
- III. Product line stretching occurs when a company is lengthening the product line beyond the current range.  
*Peregangan barisan produk berlaku apabila sebuah syarikat memanjangkan barisan produknya melangkaui julat semasa.*
- IV. Product line needs to be modernised to suit the preference of customers from time to time.  
*Barisan produk perlu dimodenkan agar sesuai dengan citarasa pelanggan dari semasa ke semasa.*
- A. I only  
B. II only  
C. I & II  
D. I & III

CLO1  
C3

10. Apple Green Restaurant has food, drink and dessert product line. Under dessert line, it consists two items; traditional dessert and western dessert. Meanwhile for drink line, it consists three items which are Asian drink, hipster drink and carbonated drink. Figure the **CORRECT** answer based on the above statement.

*Restoran Epal Hijau mempunyai barisan produk makanan, minuman dan pemanis mulut. Di bawah barisan pemanis mulut, ianya terdiri daripada pemanis mulut tradisional dan pemanis mulut barat. Manakala untuk barisan minuman pula, ianya terdiri daripada minuman Asian, 'minuman hipster' dan minuman berkarbonat. Pilih jawapan yang **BENAR** berdasarkan pernyataan di atas.*

- I. Apple Green Restaurant has two product lines.  
*Restoran Epal Hijau mempunyai dua barisan produk.*
- II. Apple Burger Restaurant has three product lines.  
*Restoran Epal Hijau mempunyai tiga barisan produk.*
- III. Apple Burger Restaurant has less consistent of consistency of product mix as all product lines have no similarities in terms of functionality.  
*Restoran Epal Hijau mempunyai ketekalan campuran produk yang kurang konsisten kerana semua barisan produknya tidak mempunyai fungsi yang sama.*
- IV. Apple Burger Restaurant has strong consistent of consistency of product mix as all product lines have no similarities in terms of functionality.  
*Restoran Epal Hijau mempunyai ketekalan campuran produk yang sangat konsisten kerana semua barisan produknya tidak mempunyai fungsi yang sama.*
- A. I only  
B. II only  
C. I & III  
D. II & IV

**SECTION B: 25 MARKS*****BAHAGIAN B: 25 MARKAH*****INSTRUCTION:**

This section consists of **ONE (1)** structured question. Answer **ALL** question.

***ARAHAN:***

*Bahagian ini mengandungi SATU (1) soalan berstruktur. Jawab semua soalan.*

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

- (a) Having a powerful and essential set of brand attributes can make the brand stand out in market competition. Justify the following brand attributes by using service as an example:

*Mempunyai satu set atribut jenama yang kuat dan penting dapat menjadikan sesuatu jenama itu lebih menonjol dalam persaingan pasaran. Justifikasikan atribut jenama berikut dengan menggunakan perkhidmatan sebagai contoh:*

CLO3  
C5

- i. Uniqueness  
*Keunikan*

[5 marks]

[5 markah]

CLO3  
C5

- ii. Relevancy  
*Kesesuaian*

[6 marks]

[6 markah]

CLO3  
C5

- (b) Pintar Scorer is a tuition class provider that focuses on providing tuition class for primary and secondary students only. Currently, the manager intends to expand its business by producing new product in the market. Based on the above statement, evaluate **TWO (2)** brand strategy decisions that can be used by Pintar Scorer by giving suitable example.

*Pintar Scorer merupakan pusat tuisyen yang hanya menyediakan kelas tuisyen kepada pelajar sekolah rendah dan menengah. Baru-baru ini, pengurus pusat tuisyen tersebut berhajat untuk mengembangkan perniagaannya dengan cara mengeluarkan produk baru di dalam pasaran. Berdasarkan pernyataan di atas, nilaikan **DUA (2)** keputusan strategi jenama yang boleh digunakan oleh Pintar Scorer dengan memberikan contoh yang bersesuaian.*

[14 marks]

[14 markah]

**END OF QUESTIONS.**

**SOALAN TAMAT**