

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PENILAIAN ALTERNATIF**

**SESI DISEMBER 2020**

**DPM10013 – PRINCIPLES OF MARKETING**

---

**NAMA PENYELARAS KURSUS : UMI KALTHOM ABDULLAH**

**KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE**

**JENIS PENILAIAN : SOALAN OBJEKTIF (10 SOALAN)  
ESEI BERSTRUKTUR (1 SOALAN)**

**TARIKH PENILAIAN : 13 JULAI 2021**

**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.*

CLO2  
C3

1. Railroads were once operated based on the thinking that users wanted trains rather than transportation, overlooking the challenge of other modes of transportation.

By referring to the above statement, apply the most accurate marketing management philosophies as below:

*Keretapi pernah dikendalikan berdasarkan pemikiran bahawa pengguna menginginkan kereta api dan bukannya pengangkutan, mengabaikan cabaran mod pengangkutan lain.*

*Dengan merujuk kepada pernyataan di atas, terapkan falsafah pengurusan pemasaran yang paling tepat seperti di bawah:*

- A. product concept/ *konsep produk*
- B. production concept/ *konsep pengeluaran*
- C. selling concept/ *konsep menjual*
- D. marketing concept/ *konsep pemasaran*
- E. societal marketing concept/ *konsep pemasaran kemasyarakatan*

CLO2  
C3

2. Sally purchased Brand X lotion. She compared her perception of how the lotion made her skin feel and looked to her expectations for Brand X lotion. Sally was examining her level of \_\_\_\_\_.

*Sally membeli losyen Jenama X. Dia membandingkan persepsi dia tentang bagaimana losyen membuat kulitnya terasa dan menepati jangkaannya terhadap jenama X. Sally sedang memeriksa tahap \_\_\_\_\_nya.*

- A. value/ nilai
- B. satisfaction/ kepuasan
- C. relationship/ hubungan
- D. demand/ permintaan
- E. exchange/ pertukaran

CLO2  
C3

“Donna wants to buy a new coat. During the purchase process, she will ask her friends to recommend a store and a style of coat. She will search the newspaper for coat sales, and she will visit nearby stores to see what is available in her price range”.

Regarding the above situation, acquire the right stage of the purchase decision process for Donna.

*"Donna mahu membeli kot baru. Semasa proses pembelian, dia akan meminta rakan-rakannya untuk mengesyorkan kedai dan gaya kot. Dia akan mencari surat khabar berkaitan penjualan kot, dan dia akan mengunjungi kedai-kedai berdekatan untuk melihat apa yang ada dalam julat harganya"*

*Mengenai situasi di atas, dapatkan tahap proses keputusan pembelian yang tepat untuk Donna.*

- A. product evaluation/ penilaian produk
- B. alternative evaluation/ penilaian alternatif
- C. need recognition/memerlukan pengiktirafan
- D. information search/ pencarian maklumat
- E. purchase decision/ keputusan pembelian

CLO2  
C3

3. A shoe company uses an advertisement featuring the members of a Korean music band with the hope that the band's fans will see them wearing the company's shoes and want to wear the same shoes.

The shoe company is trying to adapt Korean bands as \_\_\_\_\_ for band fans.

*Syarikat kasut menggunakan iklan yang memaparkan ahli-ahli kugiran muzik Korea dengan harapan peminat kumpulan kugiran itu akan melihat mereka memakai kasut syarikat dan ingin memakai kasut yang sama.*

*Syarikat kasut ini menggunakan kugiran muzik Korea itu sebagai \_\_\_\_\_ kepada peminat kugiran.*

- A. membership group /kumpulan keahlian
- B. reference group/ kumpulan rujukan
- C. status symbol/ simbol status
- D. subculture/ subkultur
- E. lifestyle/ gaya hidup

CLO2  
C3

4. Cheap Heaps Auto specializes in low quality vehicles, with a few dents, much lower prices than other used cars. Cheap Heap Auto's practice is to position its product using a \_\_\_\_\_ positioning strategy.

*Cheap Heaps Auto mengkhusus dalam kenderaan berkualiti rendah, dengan beberapa kesan kemik, harganya jauh lebih rendah daripada harga kereta*

terpakai. *Amalan Cheap Heaps Auto adalah untuk memposisikan produk mereka dengan menggunakan strategi memposisi\_\_\_\_\_.*

- A. more-for-the same/ *lebih- untuk-sama*
- B. more-for-less/ *lebih- untuk-kurang*
- C. same-for-less/ *sama-untuk-kurang*
- D. less-for-much-less/ *kurang-untuk-banyak-kurang*
- E. A or C/ *A atau C*

CLO2  
C3

5. Geographical segmentation is dividing the market into different geographical units such as nations, regions, states, cities or climates. How will a marketer adapt to this geographic segmentation knowledge to operate in one or a few geographical areas or operate in all areas?

*Segmentasi geografi membahagikan pasaran menjadi unit geografi yang berbeza seperti negara, wilayah, negeri, bandar atau iklim. Bagaimana pemasar akan menyesuaikan diri dengan pengetahuan segmentasi geografi ini untuk beroperasi di satu atau beberapa kawasan geografi atau beroperasi di semua kawasan?*

- A. Identify the needs and preferences of the local people.  
*Mengenalpasti keperluan dan keutamaan penduduk tempatan.*
- B. Know and understand the behavior of customers.  
*Tahu dan memahami tingkahlaku pengguna.*
- C. Design products and services to appeal to the social class groups.  
*Rekabentuk produk dan perkhidmatan untuk penampilan kepada kumpulan kelas sosial.*
- D. Identify the time of use or the event when purchasers get the idea of buying the products.  
*Mengenalpasti masa dan tempat yang digunakan apabila pembeli mendapat idea untuk membeli produk*
- E. Rapid response to meet changing market demand.  
*Respon yang pantas terhadap perubahan permintaan pengguna.*

CLO2  
C3

7. All of the answers given below are **FALSE**, except one answer. Acquire **TRUE** answers based on the statement below:

*Semua jawapan yang diberikan di bawah adalah **SALAH**, kecuali satu jawapan. Dapatkan jawapan yang **BENAR** berdasarkan pernyataan di bawah:*

- I. Drone cameras are one of the new innovative products and many people are not aware of this existing product in the market. Drone camera can consider as an unsought product.

*Kamera “drone” adalah salah satu produk inovasi baru di pasaran dan ramai yang tidak mengetahui tentang kewujudan produk ini di dalam pasaran. Kamera ‘drone’ boleh dianggap sebagai produk yang tidak dicari.*

- II. Red Cross blood donations are specialty products. Therefore, it must have a specialty offer to the consumer.

*Derma Darah Palang Merah adalah produk yang istimewa. Oleh itu, ia mesti mempunyai tawaran yang istimewa kepada pengguna.*

- III. At the second level of the product, the product planners must turn the core product into an actual product.

*Pada tahap kedua produk itu, perancangan produk mestilah mengubah produk teras menjadi produk sebenar.*

- IV. When a consumer repairs his car, the service center gives him a warranty on spare parts, a free drinking water and toll-free telephone number to use if he has a problem. This service refers to building augmented product.

*Semasa pengguna membaiki keretanya, pusat servis memberikannya jaminan alatganti, air minuman percuma dan nombor telefon tanpa tol untuk digunakan jika dia menghadapi masalah. Perkhidmatan ini merujuk kepada pembinaan produk tambahan.*

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

8. Pricing is difficult because various products have related demands and costs and face different degrees of competition. Apply the **RIGHT** statement about product mix pricing situations as below:

*Menetapkan harga sukar kerana pelbagai produk mempunyai permintaan dan kos yang berkaitan dan menghadapi pelbagai persaingan. Terapkan pernyataan yang **BETUL** mengenai situasi penetapan harga campuran produk seperti di bawah:*

CLO2  
C3

- I. By using by-product pricing, a company seeks a market for these by-products to help off-set the costs of disposing of them and help make the price of the main product more competitive.  
*Dengan menggunakan penetapan harga produk sampingan, syarikat mencari pasaran untuk produk sampingan ini untuk membantu mengimbangi kos pelupusannya dan membantu menjadikan harga produk utama lebih kompetitif.*
- II. Honde Car Automobile offers to sell optional or accessory products along with the car, they must decide which items to include in the base price and which to offer as options. The company is practicing optional product pricing.  
*Honde Car Automobile menawarkan untuk menjual produk pilihan atau aksesori bersama dengan kereta, mereka mesti memutuskan barang mana yang akan disertakan dalam harga asas dan yang mana yang ditawarkan sebagai pilihan. Syarikat ini mengamalkan harga produk pilihan.*
- III. When using product bundle pricing sellers combine several of their products and offer the bundle at an increased price for increased profit.  
*Semasa menggunakan harga produk berkumpulan, penjual menggabungkan beberapa produk mereka dan menawarkan sekumpulan produk pada harga yang tinggi.*
- IV. Khassio's company is planning to launch a new line of watches to the market soon. It will enter the market at high prices based on market penetration pricing strategy.  
*Syarikat Khassio merancang untuk melancarkan barisan jam tangan barunya ke pasaran tidak lama lagi. Ianya akan memasuki pasaran pada harga tinggi berdasarkan strategi perletakan harga penembusan pasaran.*

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

9. Top-Notch Wheels buys mountain bikes from The Great Colorado Mountain Bike Company and sells them to bike shops. Figure out what type of intermediary is a Top-Notch Wheels Company?

*Top-Notch Wheels membeli basikal gunung dari The Great Colorado Mountain Bike Company dan menjualnya ke kedai basikal. Perhatikan apakah jenis perantaraan Syarikat Top-Notch Wheels ini?*

CLO2  
C3

- A. Agent/*Agen*
- B. Producer/*Pengeluar*
- C. Retailer/*Peruncit*
- D. Wholesaler/*Pemborong*
- E. Seller/*Penjual*

CLO2  
C3

10. Delia's is a clothing retailer that targets teenage girls. It runs coordinated promotions for its catalogs, websites, and retail outlets. It uses the same models in its catalog and in its print ads as well as on its website. Delia's work to ensure its public relations activities, as well as its sales promotions, harmonize with its advertising in all venues.

From this information, you can show that Delia's is using \_\_\_\_\_.

*Delia's adalah peruncit pakaian yang menyasarkan gadis remaja. Ia menjalankan promosi yang diselaraskan untuk katalog, laman web, dan kedai runcit. Ia menggunakan model yang sama dalam katalog dan iklan cetaknya serta di laman webnya. Tugas Delia untuk memastikan aktiviti perhubungan awam dan promosi penjualannya selaras dengan pengiklanannya di semua tempat.*

*Dari maklumat ini, anda dapat menunjukkan bahawa Delia menggunakan \_\_\_\_\_.*

- A. buzz marketing / *pemasaran buzz*
- B. experiential marketing/ *pemasaran berdasarkan pengalaman*
- C. integrated marketing communication/ *komunikasi pemasaran bersepadu*
- D. word of mouth marketing/ *pemasaran dari mulut ke mulut*
- E. database marketing/ *pemasaran pangkalan data*

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

**INSTRUCTION:**

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

**ARAHAN:**

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

**QUESTION 1**

**SOALAN 1**

As a senior executive in a well-established perfume company, you have responsibilities to ensure all the marketing activities are well planned and executed, especially during the COVID 19 pandemic that has hit the world since 2020. The pandemic has left a huge impact on the economic and social life of the world community. However, your company will still survive and excel during this difficult time and even launch a new branch of a retail outlet in one of the northern states of Malaysia.

*Sebagai seorang eksekutif kanan di sebuah syarikat pengeluar minyak wangi yang kukuh, anda mempunyai tanggungjawab untuk memastikan semua aktiviti pemasaran dirancang dan dilaksanakan dengan baik terutamanya semasa berhadapan dengan wabak COVID 19 yang melanda dunia sejak tahun 2020. Wabak ini meninggalkan kesan besar kepada ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat dunia. Walau bagaimanapun, syarikat anda terus bertahan dan cemerlang dalam masa sukar ini, bahkan melancarkan cawangan kedai baru di salah sebuah negeri di utara Malaysia.*

- (a) Based on your experience managing marketing channel members in your company, show **TWO (2)** different levels of indirect marketing channel diagrams that your company uses in delivering products to end users. Label your marketing channel diagrams with name of channel members and channel level.

*Berdasarkan pengalaman anda menguruskan ahli-ahli saluran pemasaran bagi syarikat anda, tunjukkan **DUA (2)** gambarajah saluran pemasaran tidak langsung berbeza tahap yang digunakan oleh syarikat anda untuk menyampaikan barangan kepada pengguna akhir. Labelkan nama ahli-ahli saluran dan tahap saluran.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO2  
C3



CLO2  
C3

- (b) Your company continues to grow even though the country is still plagued by epidemics. The efficiency of marketing channels has proven that products can be delivered to target markets successfully. Examine **FOUR(4)** functions of marketing channel members in delivering products to consumers during an outbreak

*Syarikat anda terus berkembang walaupun menghadapi wabak. Kecekapan saluran pemasaran telah membuktikan bahawa produk dapat dihantar ke pasar sasaran dengan jayanya. Kaji **EMPAT(4)** fungsi ahli saluran pemasaran dalam menyampaikan produk kepada pengguna.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO2  
C3

- (c) Even though pandemics are still happening, you have secured an amount of budget to promote business in new branches retail stores. Apply **THREE (3)** promotional mix with appropriate tools or media to successfully integrate marketing communication in the company fragrance market.

*Walaupun wabak masih berlaku, anda telah memperoleh sejumlah anggaran untuk mempromosikan perniagaan di kedai runcit cawangan baru. Terapkan **TIGA (3)** campuran promosi dengan alat atau media yang sesuai untuk berjaya menyatukan komunikasi pemasaran dalam pasaran wangian syarikat.*

[9 marks]

[9 markah]

**SOALAN TAMAT**