

**SULIT**



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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI II : 2021/2022**

**DPM10013: PRINCIPLES OF MARKETING**

**TARIKH : 28 JUN 2022**

**MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.  
Subjektif (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)** structure questions. Answer **ALL** questions.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan struktur. Jawab SEMUA soalan.*

CLO 1  
C1

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

- (a) Describe **FIVE (5)** marketing management philosophies used to build profitable relationships with target customers.

*Terangkan LIMA (5) falsafah pengurusan pemasaran yang digunakan untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan sasaran.*

[10 marks]  
[10 markah]

CLO 1  
C2

- (b) Discuss **THREE (3)** major segmentation variables for consumer market with suitable examples.

*Bincangkan TIGA (3) pembolehubah utama dalam segmentasi pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]  
[15 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**CLO 2  
C1

- (a) The marketing environment is made up of a micro environment and macro environment.

Describe any **FIVE (5)** elements of micro environment.

*Persekitaran pemasaran terdiri daripada persekitaran mikro dan makro.*

*Huraikan mana-mana **LIMA (5)** elemen dalam persekitaran mikro.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO 2  
C2

- (b) Discuss the characteristics of **consumer markets** and **business market** with suitable examples in:

- i) Nature of buying
- ii) Types of decision

*Bincangkan ciri-ciri **pasaran pengguna** dan **pasaran perniagaan** dengan memberikan contoh yang sesuai bagi:*

- i) Sifat pembelian*
- ii) Jenis keputusan diambil*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**CLO2  
C2

- (a) Consumer products is a product bought to satisfy personal and family needs/personal consumption. Explain **FOUR (4)** classifications of consumer product with suitable examples.

*Produk pengguna ialah produk yang dibeli untuk memenuhi keperluan peribadi dan keluarga/penggunaan peribadi. Terangkan **EMPAT (4)** pengkelasan bagi produk pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (b) Price is the sum of the values that consumers exchange for the benefits of having or using the product or service. Therefore, setting the right price is critical to marketers. Write **THREE (3)** major pricing strategies.

*Harga ialah jumlah nilai yang ditukar oleh pengguna untuk faedah memiliki atau menggunakan produk atau perkhidmatan. Oleh itu, perletakan harga yang betul amat kritikal untuk pemarkar. Tuliskan **TIGA (3)** strategi utama dalam perletakan harga.*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 4****SOALAN 4**CLO2  
C2

- (a) Your friend recruit new workers in his shop. Help your friend to explain **FOUR (4)** functions of marketing channels with suitable example.

*Rakan anda baharu merekrut pekerja baru di kedainya. Bantu rakan anda mendedahkan kepada mereka **EMPAT (4)** fungsi saluran pemasaran dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2  
C3

- (b) Arina starts to sell cupcakes during lock down at her town. Carry out **FIVE (5)** sales promotion tools can be applied by Arina to attract the market to buy her cupcakes product.

*Arina memulakan perniagaan kek cawan semasa PKP di bandarnya. Berikan **LIMA (5)** alat promosi jualan yang boleh di aplikasikan oleh Arina bagi menarik perhatian pasaran untuk membeli produk kek cawannya.*

[15 marks]

[15 markah]

**SOALAN TAMAT**