

SULIT



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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2021/2022

DPM30043: PRICING

TARIKH : 28 JUN 2022

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** 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 struktur. Jawab SEMUA soalan

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1
C1

- (a) Describe the interaction between price with other marketing mix elements:
- i) Product
 - ii) Distribution channel

Huraikan interaksi antara harga dengan elemen campuran pemasaran yang lain.

- i) Produk*
- ii) Promosi*

[10 marks]
[10 markah]

CLO1
C3

- (b) Naelofar is a brand founded by a prominent Malaysian celebrity and entrepreneur, Naelofar in 2014. Through its mission to provide accessible prices with premium quality options and an extensive range of stylish hijab, apparel, bags, and accessories, Naelofar has reached the hearts of fashion lovers worldwide, namely Singapore, Indonesia, Dubai, Germany, UK, the US, and many more. Examine **THREE (3)** the price issues involved when the Naelofar brand moves internationally.

Naelofar ialah jenama yang diasaskan oleh selebriti dan usahawan terkemuka Malaysia, Naelofar pada tahun 2014. Melalui misinya untuk menyediakan harga yang berpatutan dengan pilihan kualiti premium, rangkaian tudung, pakaian, beg dan aksesori Naelofar telah mendapat perhatian pencinta fesyen di seluruh dunia, iaitu Singapura, Indonesia, Dubai, Jerman, UK, AS dan banyak lagi.

Kaji TIGA (3) isu harga yang terlibat apabila jenama Naelofar melangkah ke peringkat antarabangsa

[15 marks]
[15 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO1
C1

(a) i) Define what is demand.

i) Berikan definisi permintaan.

[2 marks]

[2 markah]

ii) List down **FOUR (4)** conditions where demand is likely to be less elastic.*ii) Senaraikan EMPAT (4) keadaan di mana permintaan kurang anjal.*

[4 marks]

[4 markah]

iii) Describe **THREE (3)** methods of estimating demand schedules.*iii) Huraikan TIGA (3) kaedah menganggarkan jadual permintaan.*

[9 marks]

[9 markah]

CLO1
C2

(a) Price sensitivity refers to the degree or extent to which the consumer's buying behavior varies with the change in the price of the product or service. In simple terms, it determines the level at which buyers or consumers are conscious about the price of a particular product or service.

Explain by giving the example of the **FIVE (5)** factors that affect buyers' price sensitivity with appropriate examples.*Sensitiviti harga merujuk kepada tahap atau sejauh mana tingkah laku pembelian pengguna berbeza-beza dengan perubahan dalam harga produk atau perkhidmatan. Secara ringkas, ia menentukan tahap di mana pembeli atau pengguna sedar tentang harga produk atau perkhidmatan tertentu.**Terangkan dengan memberikan contoh LIMA (5) faktor yang mempengaruhi sensitiviti harga pembeli dengan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**CLO1
C2

- (a) The discount and allowance facilities have special importance in the selling process and distribution of products. Explain **FIVE (5)** types of price discounts and allowances in business by using suitable examples.

*Kemudahan diskaun dan elaun mempunyai kepentingan khusus dalam proses penjualan dan pengedaran produk. Terangkan **LIMA (5)** jenis diskaun dan elaun harga dalam perniagaan dengan menggunakan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

- (b) Perodua is Malaysia's largest car manufacturer, closely followed by Proton. Perodua has been quite successful in its business ventures compared to Proton. However, Perodua sales have dropped during the Covid -19 pandemic. Therefore, Perodua has made several price adaptations in order to increase its sales after the pandemic.

Prepare **FIVE (5)** forms of promotional pricing that Perodua can introduce in price adaptation.

Perodua, ialah pengeluar kereta terbesar Malaysia, diikuti rapat oleh Proton. Perodua agak berjaya dalam perniagaannya berbanding Proton. Bagaimanapun, jualan Perodua menurun semasa pandemik Covid-19. Oleh itu, Perodua telah membuat beberapa penyesuaian harga bagi meningkatkan jualan selepas pandemik.

*Sediakan **LIMA (5)** bentuk harga promosi yang Perodua boleh perkenalkan dalam penyesuaian harga*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**CLO1
C2

(a) Price segmentation is the process of charging different prices for the same or similar products or services.

Explain **FIVE (5)** strategies of segmented pricing using that can be used by a company and give the suitable examples for each strategy.

Segmentasi harga ialah proses mengenakan harga yang berbeza untuk produk atau perkhidmatan yang sama atau serupa.

*Terangkan **LIMA (5)** strategi segmentasi harga yang boleh digunakan oleh sesebuah syarika dan berikan contoh bagi setiap strategi.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1
C3

(b) As the economy slowly recovers from the Covid-19 pandemic, more people will gain confidence in spending more, thereby increasing the demand for certain products but many companies need to raise their prices. For example, restaurants in Malaysia.

Based on the above scenario, examine **THREE (3)** factors that lead to a price increase in the restaurant industry with appropriate examples.

Apabila ekonomi perlahan-lahan pulih daripada pandemik Covid-19, lebih ramai orang akan mendapat keyakinan untuk berbelanja lebih, sekali gus meningkatkan permintaan untuk produk tertentu tetapi banyak syarikat perlu menaikkan harga mereka. Contohnya restoran di Malaysia.

*Berdasarkan scenario di atas, kaji **TIGA (3)** faktor yang menyebabkan kenaikan harga bagi industri restorandengan contoh yang bersesuaian.*

[15 marks]

[15 markah]

SOALAN TAMAT