

**SULIT**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

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

**JABATAN PERDAGANGAN**

**PEPERIKSAAN AKHIR**

**SESI II : 2022/2023**

**DPM40073: MARKETING RESEARCH**

**TARIKH : 08 JUN 2023**

**MASA : 8.30 PG – 10.30 PG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

**SULIT**

**INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** essay questions. Answer **ALL** questions.

**ARAHAN:**

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

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

- CLO2 (a) Define marketing research.  
*Takrifkan definisi penyelidikan pemasaran.*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO2 (b) Describe the **FOUR (4)** functions of marketing research.  
*Huraikan **EMPAT (4)** fungsi penyelidikan pemasaran.*
- [8 marks]  
[8 markah]
- CLO2 (c) ABCD company is a company involved in fast moving consumer goods (FMCG) industry in Malaysia. As the head of Research and Development department, you are required to explain **SIX (6)** steps involved in conducting marketing research.
- Syarikat ABCD adalah sebuah syarikat yang terlibat dengan industri barangan pengguna. Sebagai ketua unit pembangunan penyelidikan, anda dikehendaki menerangkan **ENAM (6)** langkah yang terlibat dalam melaksanakan penyelidikan pemasaran*
- [12 marks]  
[12 markah]

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

- CLO2 (a) List **FOUR (4)** tasks involved in research problem.  
*Senaraikan EMPAT (4) tugas yang terlibat dalam masalah kajian.*
- [4 marks]  
[4 markah]
- CLO2 (b) Describe **THREE (3)** differences between management decision problems and marketing research problems.  
*Terangkan TIGA (3) perbezaan di antara masalah pengurusan keputusan dan masalah penyelidikan pemasaran.*
- [6 marks]  
[6 markah]
- CLO2 (c) Research Proposal is a document that provides an overview of the proposed research and methodology. It serves as a written contract between the decision maker and the researcher. Explain **ALL** components in the marketing research proposal.  
*Cadangan Penyelidikan ialah dokumen yang memberikan gambaran keseluruhan tentang kajian dan metodologi yang dicadangkan. Ia berfungsi sebagai kontrak bertulis antara pembuat keputusan dan penyelidik. Terangkan SEMUA komponen yang terdapat di dalam cadangan penyelidikan pemasaran*
- [15 marks]  
[15 markah]

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

CLO2

- (a) Measurement is an important method of measuring variables when conducting marketing research. As a result, four categories can be used to categorise measurements. Explain in detail the **FOUR (4)** different measurement methods

*Pengukuran adalah satu kaedah yang penting untuk mengukur pemboleh ubah semasa menjalankan penyelidikan pemasaran. Hasilnya, empat kategori boleh digunakan untuk mengkategorikan ukuran. Terangkan secara terperinci EMPAT (4) kaedah pengukuran yang tersebut.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO2

- (b) Determining the adequate sample size is the most important design decision faced by the researcher. The reason for this is that if the sample size is too small, the research will lack the precision to provide reliable answers to the questions that are under investigation. Discuss the **FOUR (4)** factors that influence the research sample size.

*Menentukan saiz sampel yang mencukupi adalah keputusan dalam reka bentuk yang paling penting yang dihadapi oleh penyelidik. Sebabnya ialah jika saiz sampel terlalu kecil, penyelidikan akan kekurangan ketepatan untuk memberikan jawapan yang boleh dipercayai kepada soalan yang sedang disiasat. Bincangkan EMPAT (4) faktor yang mempengaruhi saiz sampel kajian.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO2

- (c) Good data preparation enables efficient data analysis, minimises errors and inaccuracies that may occur to the data during processing, resulting in all processed data to be more accessible to researchers. Therefore, this data preparation is an important step before processing and involved reformatting the data, making corrections to the data and combining data sets to enrich the data. Show **SIX (6)** processes that occur in preparing data analysis.

*Penyediaan data yang baik membolehkan analisis data yang cekap, menghadkan ralat dan ketidaktepatan yang boleh berlaku kepada data semasa pemprosesan, dan menjadikan semua data yang diproses lebih mudah diakses oleh penyelidik. Oleh itu, penyediaan data ini merupakan langkah penting sebelum memproses dan melibatkan pemformatan semula data, membuat pembedulan pada data dan menggabungkan set data untuk memperkayakan data. Tunjukkan **ENAM (6)** proses yang berlaku dalam menyediakan analisis data*

[9 marks]  
[9 markah]

**QUESTION 4****SOALAN 4**

CLO2

- a) Determine the **FOUR (4)** non-probability sampling techniques commonly used in marketing research.

*Tentukan **EMPAT (4)** teknik persampelan bukan kebarangkalian yang biasa digunakan dalam penyelidikan pemasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO2

- b) Differentiate descriptive, causal and exploratory research design in terms of objectives, characteristics and data collection methods.

*Bezakan rekabentuk kajian deskriptif, sebab-akibat dan penerokaan dari segi objektif, ciri-ciri dan kaedah pengumpulan data.*

[15 marks]

[15 markah]

**SOALAN TAMAT**