



**PEPERIKSAAN AKHIR / FINAL EXAMINATION
SEMESTER II – SESI 2020/2021**

KOD KURSUS : DPP 2513

NAMA KURSUS : PRINSIP PEMASARAN
COURSE NAME : PRINCIPLES OF MARKETING

TAHUN/PROGRAM : 2/DIPLOMA PENGURUSAN PERNIAGAAN
YEAR/PROGRAMME : 2/DIPLOMA IN BUSINESS MANAGEMENT

TEMPOH : 2 JAM 30 MINIT
DURATION : 2 HOURS 30 MINUTES

TARIKH : APRIL 2021
DATE

**ARAHAN
INSTRUCTION**

1. JAWAB SEMUA SOALAN.
ANSWER ALL QUESTIONS.
2. TULIS JAWAPAN ANDA DI DALAM KERTAS JAWAPAN YANG DISEDIAKAN.
WRITE YOUR ANSWER IN THE GIVEN ANSWER SHEETS.
3. CALON DIKEHENDAKI MEMATUHI SEMUA ARAHAN DARIPADA PENGAWAS PEPERIKSAAN.
CANDIDATES ARE REQUIRED TO FOLLOW ALL INSTRUCTIONS GIVEN BY THE EXAMINATION INVIGILATORS.

NO. K/P I/C NO.	
TAHUN/PROGRAM YEAR/PROGRAMME	
NAMA PENSYARAH LECTURER'S NAME	

KERTAS PEPERIKSAAN INI MENGANDUNGI 6 MUKA SURAT BERCETAK TERMASUK MUKA HADAPAN
THIS EXAMINATION PAPER CONSISTS OF 6 PAGES INCLUDING THE FRONT PAGE

ARAHAN: JAWAB SEMUA SOALAN.
[INSTRUCTION: ANSWER ALL QUESTIONS.]

SOALAN 1

[QUESTION 1]

- a) Berikan definisi bagi pembolehubah segmentasi berikut:

[Define the following segmentation variables:]

- | | | |
|------|-------------------------|-------------------------------------|
| i) | Segmentasi geografik | <i>[Geographic segmentation]</i> |
| ii) | Segmentasi demografik | <i>[Demographic segmentation]</i> |
| iii) | Segmentasi psikografik | <i>[Psychographic segmentation]</i> |
| iv) | Segmentasi tingkah laku | <i>[Behavioral segmentation]</i> |

(4 Markah/Marks)

- b) Bezakan di antara strategi pemasaran tidak terbeza, pemasaran terbeza dan pemasaran tertumpu berserta contoh.

[Distinguish between undifferentiated marketing, differentiated marketing and concentrated marketing with examples.]

(6 Markah/Marks)

- c) Terangkan **LIMA (5)** strategi perbezaan bagi membezakan syarikat dengan pesaing berserta contoh.

*[Describes **FIVE (5)** differentiation strategies to differentiate companies with competitor. Give examples.]*

(10 Markah/Marks)

SOALAN 2**[QUESTION 2]**

- a) Sesebuah syarikat dapat mengembangkan barisan produknya dengan dua cara melalui dengan *'line filling'* atau *'line stretching'*. Terangkan secara ringkas dua pendekatan ini dalam barisan produk syarikat.

[A company can expand its product line in two ways by line filling or line stretching. Briefly explain these two approaches in expanding the company's product line.]

(4 Markah/Marks)

- b) Bagaimanakah syarikat mendapatkan idea bagi menghasilkan produk baru? jelaskan.

[How do companies get ideas to produce new products? Explain.]

(6 Markah/Marks)

- c) Dengan memberikan satu jenis produk yang anda ingin keluarkan, terangkan **LIMA (5)** keputusan yang perlu dibuat bagi produk tersebut.

*[By giving an example of the product you want to produce, explain the **FIVE (5)** decisions that need to be made for that product.]*

(10 Markah/Marks)

SOALAN 3**[QUESTION 3]**

- a) Apakah yang dimaksudkan bagi harga lantai dan harga siling.

[What is mean by price floor and price ceiling.]

(4 Markah/Marks)

- b) Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi perletakan harga? Jelaskan.

[What are the factors that influence the pricing? Explain.]

(6 Markah/Marks)

- c) Strategi untuk menetapkan harga produk selalunya harus diubah apabila produk adalah sebahagian daripada campuran produk. Terangkan **LIMA (5)** jenis strategi harga campuran produk berserta contoh.

*[Strategy for setting a product price often has to be change when the product is part of product mix. Explain **FIVE (5)** types of product mix pricing strategies with examples.]*

(10 Markah/Marks)

SOALAN 4**[QUESTION 4]**

- a) Terangkan **TIGA (3)** strategi pengedaran yang boleh digunakan bagi menentukan bilangan saluran.

*[Explain **THREE (3)** distribution strategies that can be used to determine the number of channel members.]*

(6 Markah/Marks)

- b) Bagaimanakah online platform seperti Shopee dan Lazada dapat membantu syarikat untuk memasarkan produk mereka?

[How online platforms like shoppe and Lazada help companies to market their products?]

(6 Markah/Marks)

- c) Mengapakah kebanyakan syarikat menggunakan perantara saluran pemasaran? Jelaskan.

[Why most of companies use marketing channel intermediaries? Explain.]

(8 Markah/Marks)

SOALAN 5**[QUESTION 5]**

- a) Terdapat dua strategi campuran promosi iaitu strategi penolakan dan strategi penarikan. Jelaskan.

[There are two types promotion mix strategies which is push and pull strategy. Explain.]

(4 Markah/Marks)

- b) Pada masa kini, penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter banyak digunakan oleh syarikat untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan mereka. Pada pendapat anda, bagaimanakah pemasaran media sosial dapat membantu syarikat dalam mempromosikan produk mereka kepada pengguna.

[Nowadays, the use of social media platforms such as Facebook, Instagram and Twitter are widely used by companies to promote their products or services. In your opinion, how social media marketing can help companies in promoting their product and service to consumer.s]

(6 Markah/Marks)

- c) Jelaskan **LIMA (5)** alat promosi yang boleh digunakan oleh syarikat untuk menyampaikan nilai pelanggan dan membina hubungan dengan pelanggan.

[Explain FIVE (5) promotional tools that can be used by companies to persuasively communicate customer value and build relationships with customers.]

(10 Markah/Marks)

SOALAN TAMAT

[END OF QUESTIONS]