

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

**PEPERIKSAAN AKHIR TEORI
SESI I : 2023 / 2024**

SIJIL PENGOPERASIAN PERNIAGAAN

**SPP 10153
PRINSIP PEMASARAN**

Dua (2) jam

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIBERITAHU

ARAHAN UMUM

1. Kertas soalan ini mengandungi **DUA (2)** bahagian iaitu **Bahagian A** dan **Bahagian B**.
2. Jawab **semua** soalan di kedua-dua bahagian.
3. Bahagian A mengandungi **Dua Puluh (20)** soalan aneka pilihan dengan empat pilihan jawapan **A, B, C** dan **D**. Bagi tiap-tiap soalan, pilih **satu** jawapan sahaja. **Hitamkan** pilihan jawapan anda pada kertas jawapan objektif yang disediakan.
4. Bahagian B mengandungi **Tiga (3)** soalan subjektif. Tuliskan jawapan anda dalam buku jawapan yang disediakan.
5. Kertas soalan ini hendaklah dikembalikan semula kepada Pengawas setelah tamat peperiksaan.

Kertas soalan ini mengandungi **SEPULUH (10)** halaman bercetak termasuk halaman hadapan.

BAHAGIAN A*[40 markah]*Arahan: Jawab **SEMUA** soalan.

1. Apakah definisi pemasaran?

CLO1T1

- A** Pemasaran ialah aktiviti manusia dalam menyediakan barang-barang jualan dan memenuhi kehendak pelanggan.
- B** Pemasaran ialah aktiviti yang berkisar tentang jualan, pembangunan produk, perletakan harga dan pengagihan produk kepada pengguna akhir sahaja.
- C** Pemasaran adalah suatu keadaan di mana pembeli dan penjual membuat keputusan yang membolehkan pemindahan barang-barang dan perkhidmatan.
- D** Pemasaran ialah satu proses merancang dan melaksanakan konsep, perletakan harga, promosi dan pengedaran sesuatu idea, barangan dan perkhidmatan untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi objektif individu dan organisasi.

2. Antara yang berikut, manakah **BUKAN** elemen dalam pemasaran?CLO1T1

- A** Kawasan
- B** Kehendak
- C** Keperluan
- D** Kepuasan

3. Seseorang mempunyai sumber kewangan atau kuasa beli akan berkehendakkan kepada pelbagai jenis produk yang ditawarkan di pasaran. Oleh itu, apabila seseorang mempunyai kehendak serta kemampuan untuk membeli dan kehendak akan bertukar kepada _____.

CLO1T1

- A** nilai
- B** urusaniaga
- C** permintaan
- D** perkhidmatan

4. Kenalpasti elemen pemasaran urusniaga yang betul. CLO1
T1
- I. Terdapat sekurang-kurangnya tiga pihak.
 - II. Satu pihak mesti mempunyai sesuatu yang bernilai kepada pihak yang satu lagi.
 - III. Satu pihak berkemampuan untuk berkomunikasi dan membuat penghantaran.
 - IV. Satu pihak mempunyai hak untuk menerima atau menolak tawaran dari pihak yang satu lagi.
- A** I, II, III
B I, II, IV
C I, III, IV
D II, III, IV
5. Pilih komponen orientasi pemasaran yang **BETUL** mengenai konsep pemasaran holistik. CLO1
T1
- A** Pemasaran luaran dan pemasaran jualan.
B Pemasaran prestasi dan pemasaran dalaman.
C Pemasaran kompetitif dan pemasaran perhubungan.
D Pemasaran kemasyarakatan dan pemasaran bersepadu.
6. Antara berikut, yang manakah ciri-ciri orientasi konsep pemasaran kemasyarakatan? CLO1
T1
- A** Konsep ini menerangkan strategi yang membolehkan pemasar melihat usaha pemasaran secara keseluruhan.
B Konsep ini berpendapat bahawa organisasi mesti menentukan keperluan penggunaanya sebagai pusat kepada keupayaan organisasi untuk mencapai matlamatnya.
C Konsep ini percaya bahawa pengguna tidak akan membeli cukup produk organisasi melainkan firma itu telah mengambil usaha promosi dan penjualan yang banyak.
D Konsep ini berpendapat bahawa organisasi bukan sahaja harus menentukan keperluan dan kehendak penggunaanya tetapi juga mesti menyampaikan kepuasan yang diinginkan dengan berkesan dan cekap dengan cara yang akan memelihara kesejahteraan masyarakat.

7. Tentukan yang manakah orang tengah pemasaran? CLO1
T2
- A Peruncit
 - B Syarikat
 - C Pengguna
 - D Masyarakat
8. Tentukan elemen yang terlibat dalam persekitaran mikro. CLO1
T2
- I. Syarikat
 - II. Pembekal
 - III. Pelanggan
 - IV. Demografi
- A I, II, III
 - B I, II, IV
 - C I, III, IV
 - D II, III, IV
9. Pernyataan berikut adalah benar mengenai pengguna dalam persekitaran mikro CLO1
KECUALI T2
- A Pasaran kerajaan – membeli bagi tujuan keuntungan.
 - B Pasaran pengguna – membeli untuk kegunaan sendiri.
 - C Pasaran peruncit – membeli bagi tujuan penjualan semula.
 - D Pasaran industri – membeli bagi tujuan untuk pemprosesan semula.
10. Apakah faktor sosial yang mempengaruhi gelagat pengguna? CLO1
T3
- A Motivasi
 - B Persepsi
 - C Keluarga
 - D Gaya hidup

11. _____ merupakan kumpulan rujukan yang sesuai di mana orang ramai berinteraksi secara kerap, tidak formal dan bersemuka seperti keluarga, rakan dan rakan sekerja. CLO1
T3

- A Kumpulan aspirasi
- B Kumpulan keahlian utama
- C Kumpulan keahlian sekunder
- D Kumpulan rujukan bukan aspirasi

12. CLO1
T3
- Mereka yang memberikan pendapat berharga dan akan mempengaruhi seseorang pelanggan untuk membeli.

Tentukan peranan yang sesuai untuk pernyataan di atas.

- A Pembeli
- B Pengaruh
- C Penghasut
- D Pembuat keputusan

13. Kenalpasti penglibatan yang tinggi dalam jenis-jenis gelagat pembelian. CLO1
T3
- I. Kebiasaan membeli.
 - II. Tingkah laku mencari kepelbagaian.
 - III. Tingkah laku membeli yang kompleks.
 - IV. Tingkah laku pembelian yang mengurangkan percanggahan.

- A I dan II
- B I dan III
- C II dan III
- D III dan IV

14. Pilih susunan yang betul dalam proses membuat keputusan pembelian CLO1
pengguna. T3

- A. Mengenalpasti keperluan → carian maklumat → menilai alternatif → membuat keputusan pembelian → gelagat selepas pembelian.
- B. Mengenalpasti keperluan → menilai alternatif → carian maklumat → membuat keputusan pembelian → gelagat selepas pembelian.
- C. Mengenalpasti keperluan → carian maklumat → menilai alternatif → gelagat selepas pembelian → membuat keputusan pembelian.
- D. Carian maklumat → mengenalpasti keperluan → membuat keputusan pembelian → gelagat selepas pembelian → menilai alternatif.

15. Manakah antara berikut merupakan satu langkah dalam sasaran pasaran? CLO1
T4

- A Geografi
- B Gelagat pasaran
- C Segmentasi pasaran
- D Perletakan harga pasaran

16. *Coach* telah mengembangkan pasarnya ke dalam rangkaian produk lelaki CLO1
seperti dompet, beg dan beg galas, dan tali pinggang untuk menyasarkan lelaki T4
berpendapatan sederhana hingga tinggi.

Apakah asas segmentasi yang sesuai untuk pernyataan di atas?

- A Segmentasi gelagat
- B Segmentasi geografi
- C Segmentasi psikografi
- D Segmentasi demografi

17. Antara yang berikut manakah contoh yang **BETUL** dalam menentukan asas CLO1 segmentasi gelagat? T4

- A** Krim pemutih Dove disasarkan kepada wanita yang inginkan warna kulit yang lebih cerah.
- B** Iklan Celcom mempromosikan motif untuk dapat berhubung dengan ahli keluarga tanpa mengira lokasi.
- C** Agensi pelancongan menawarkan pakej percutian khas umat islam dengan memenuhi keperluan mereka seperti makanan halal.
- D** Hotel Seri Malaysia menyasarkan individu dan keluarga kelas pertengahan manakala kumpulan kelas atasan akan memilih untuk menginap di Hotel Hilton atau Sheraton.

18. Berikan elemen campuran pemasaran yang betul. CLO1
T5

- A** Produk, Pembeli, Harga dan Penjual
- B** Produk, Harga, Saluran agihan dan Promosi
- C** Pembekal, Produk, Harga dan Bahan Mentah
- D** Promosi, Bahan Mentah, Produk dan Saluran agihan

19. Tentukan antara berikut ciri-ciri produk mudah beli. CLO1
T5

- I. Produk yang tidak kerap dibeli oleh pengguna
 - II. Mempunyai 3 kategori produk asasi, gerak hati dan kecemasan
 - III. Produk yang mempunyai ciri-ciri yang berharga murah, dan mudah beli
 - IV. Pengguna sanggup membayar harga yang mahal dan tinggi untuk produk ini
-
- A** I dan II
 - B** I dan III
 - C** II dan III
 - D** III dan IV

20. Antara berikut yang manakah **BUKAN** berkaitan penyelarasan saluran agihan? CLO1
T5

- A Penyimpanan stok
- B Pengawalan inventori
- C Kaedah pengangkutan
- D Ujian penghasilan produk baru

BAHAGIAN B*[60 markah]*

Arahan: Jawab **SEMUA** soalan.

Soalan 1

- a) Senaraikan **EMPAT (4)** strategi campuran pemasaran. CLO1
[4 markah] T1
- b) i) Terangkan **DUA (2)** syarat pertukaran dalam elemen pemasaran. CLO1
[4 markah] T1
- ii) Nyatakan **DUA (2)** elemen pemasaran. [4 markah]
- c) i) Jelaskan perbezaan antara konsep produk dan konsep jualan. CLO1
[4 markah] T1
- ii) Jelaskan **DUA (2)** komponen yang terdapat di dalam pemasaran holistik. [4 markah]

Soalan 2

- a) i) Takrifkan definisi tingkah laku pembelian pengguna. CLO1
[2 markah] T3
- ii) Jelaskan **TIGA (3)** faktor budaya yang mempengaruhi gelagat pengguna. [6 markah]

- b) Terangkan **TIGA (3)** jenis gelagat pembelian perniagaan. CLO1
T3
[6 markah]
- c) Jelaskan **TIGA (3)** asas segmentasi psikografi. CLO1
T4
[6 markah]

Soalan 3

- a) Senaraikan **EMPAT (4)** faktor persekitaran mikro yang berkait terus dengan organisasi. CLO1
T2
[4 markah]
- b) Terangkan faktor persekitaran makro yang berikut: CLO1
T2
- i. Demografi
 - ii. Ekonomi
 - iii. Teknologi
- [6 markah]
- c) Jelaskan konsep campuran pemasaran. CLO1
T5
[2 markah]
- d) Terangkan jenis produk pengguna yang berikut: CLO1
T5
- i. Produk Mudah Beli
 - ii. Produk Membeli Belah
 - iii. Produk Istimewa
 - iv. Produk Tidak Dicari
- [8 markah]

SOALAN TAMAT
Selamat Menjawab