

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

**PEPERIKSAAN AKHIR TEORI
SESI II: 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? CLO1
T1

- A** Aktiviti menjual produk/servis yang diperlukan pekedai.
- B** Aktiviti memasarkan produk mengikut keperluan pengguna di dalam komuniti.
- C** Aktiviti mempromosikan dan memujuk pengguna akhir membeli produk atau servis yang ditawarkan.
- D** Aktiviti memenuhi keperluan dan kehendak individu melalui penghasilan dan pertukaran produk atau nilai.

2. Kenal pasti konsep orientasi pemasaran yang **BETUL** berdasarkan maklumat CLO1
T1 berikut.

Strategi yang membolehkan pemasar melihat usaha pemasaran secara keseluruhan dan membangunkan rancangan pemasaran secara keseluruhan.

- A** Konsep jualan
 - B** Konsep produk
 - C** Konsep pengeluaran
 - D** Konsep pemasaran holistik
3. Pilih pernyataan yang **SALAH** mengenai keperluan pasaran di dalam proses CLO1
T1 pemasaran.
- A** Analisis faktor persekitaran.
 - B** Analisis faktor keperluan dan kehendak.
 - C** Analisis strategi harga, produk, promosi dan edaran.
 - D** Analisis membangun dan mengekalkan maklumat pemasaran.

4. “Madani Allianz Sdn Bhd menumpukan pada pengeluaran dan pengedaran CLO1 dengan lebih cekap iaitu pada kos yang lebih rendah bagi mengeluarkan T1 produk secara besar-besaran.”

Kaitkan konsep pemasaran yang digunakan oleh syarikat ini.

- A Konsep jualan
- B Konsep pemasaran
- C Konsep pengeluaran
- D Konsep pemasaran kemasyarakatan

5.

Persekitaran semasa yang sangat kompetitif dan kompleks, di mana sesiapa sahaja boleh membuat keputusan pembelian dari mana-mana sahaja di dunia pada bila-bila masa hanya dengan menggunakan peranti mudah alih.

CLO1
T1

Kaitkan dengan orientasi konsep pemasaran yang perlu digunakan oleh syarikat.

- A Konsep jualan
- B Konsep keluaran
- C Konsep pemasaran
- D Konsep pemasaran holistik

6. Pilih elemen keperluan asas dalam kehidupan manusia yang **BETUL**. CLO1
T1

- I. Pakaian
- II. Makanan
- III. Kenderaan
- IV. Tempat tinggal

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

7. Kenal pasti firma pengagihan fizikal yang **BETUL** dalam persekitaran saluran CLO1
pengedaran. T2

- A Bank
- B Peruncit
- C Pembekal
- D Syarikat logistik

8. Pilih padanan yang **BETUL** bagi persekitaran mikro dan makro. CLO1
T2

	Persekitaran mikro	Persekitaran makro
A	Demografi	Ekonomi
B	Pembekal	Pelanggan
C	Pelanggan	Sosio budaya
D	Teknologi	Undang-undang

9. Berdasarkan pernyataan di bawah, pilih elemen persekitaran yang **TEPAT**. CLO1
T2

Kerjasama di antara jabatan bagi memastikan visi, misi dan objektif syarikat dapat dicapai dan meliputi jabatan-jabatan di dalam syarikat itu sendiri seperti jabatan kewangan, jabatan penyelidikan dan pembangunan, jabatan pengeluaran dan jabatan pembelian.

- A Syarikat
- B Pesaing
- C Pembekal
- D Pelanggan

10. Kenal pasti jenis pembelian perniagaan berikut. CLO1
T3

Membeli barangan siap dan menjualnya semula untuk mendapatkan keuntungan.

- A Institusi
- B Kerajaan
- C Pengeluar
- D Penjual semula

11. Tentukan faktor yang mempengaruhi gelagat pembelian melalui motivasi, CLO1
persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap. T3

- A Sosial
- B Budaya
- C Peribadi
- D Psikologi

12. Berdasarkan pernyataan di bawah, klasifikasikan gelagat pembelian tersebut. CLO1
T3

Melibatkan kos pelaburan yang tinggi. Perlu mengumpulkan lebih banyak maklumat sebelum membuat keputusan belian.

- A Gelagat pembelian biasa
- B Gelagat pembelian pelbagai
- C Gelagat pembelian kompleks
- D Gelagat pembelian kurang percanggahan

13. Pilih turutan yang **BETUL** bagi langkah-langkah membuat pembelian CLO1
perniagaan di tahap “pengenalpastian pembekal”. T3

- I. Pencarian pembekal
- II. Pemilihan pembekal
- III. Permohonan cadangan

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

14. Berdasarkan pernyataan berikut, tentukan golongan yang terlibat dalam proses CLO1 membuat keputusan pembelian. T3

Seseorang yang mencadangkan, memulakan atau mencetuskan minat seseorang yang lain untuk proses pembelian.

- A** Pembeli
 - B** Pengguna
 - C** Penghasut
 - D** Pembuat keputusan
15. Apakah maksud segmentasi pasaran? CLO1
T4
- A** Sekumpulan orang atau organisasi yang mempunyai kehendak dan keperluan yang boleh dipenuhi oleh kategori produk tertentu.
 - B** Merekabentuk, melaksanakan dan mengekalkan campuran pemasaran agar sesuai dengan keperluan kumpulan atau kumpulan, menghasilkan pertukaran yang memuaskan.
 - C** Mengatur campuran pemasaran syarikat dengan berkesan supaya kemungkinan tindak balas pengguna dan kelebihan daya saing dimaksimumkan oleh organisasi.
 - D** Membahagikan pasaran kepada kumpulan pembeli yang lebih kecil dengan keperluan, ciri atau tingkah laku yang berbeza yang mungkin memerlukan produk atau campuran pemasaran yang berasingan.
16. Segmentasi yang berkesan mempunyai potensi dan kebolehlaksanaan bagi CLO1 mencapai sasaran yang ditetapkan. T4

Pilih kriteria penilaian keberkesanan strategi segmentasi.

- I. Boleh diukur
- II. Boleh dikawal
- III. Boleh diakses
- IV. Boleh dibezakan

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

17. Di dalam menilai segmen pasaran yang berbeza, tentukan faktor yang perlu CLO1
dilaksanakan oleh syarikat. T4

- I. Objektif dan sumber syarikat
- II. Daya tarikan struktur segmen
- III. Produk dan variasi pemasaran kepada segmen
- IV. Saiz segmen semasa dan potensi pertumbuhan

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

18. Kenal pasti tahap produk yang paling asas. CLO1
T5

- A Produk perlu
- B Produk teras
- C Produk sebenar
- D Produk tambahan

19. Satu-satunya elemen campuran pemasaran yang mengeluarkan hasil dan yang paling fleksibel dalam campuran pemasaran, kerana ianya mudah untuk diubah mengikut kesesuaian pasaran. CLO1
T5

Tentukan campuran pemasaran yang **BETUL** bagi pernyataan di atas.

- A Harga
- B Produk
- C Promosi
- D Saluran Pengedaran

20. Pembungkusan melibatkan aktiviti mereka bentuk dan mengeluarkan bekas CLO1 atau pembungkus untuk sesuatu produk. T5

Antara berikut yang manakah **BUKAN** fungsi pembungkusan produk?

- A Menambahkan kualiti produk
- B Meningkatkan persaingan produk
- C Menyimpan dan melindungi produk
- D Menarik minat pembeli untuk membeli

BAHAGIAN B*[60 markah]*

Arahan: Jawab **SEMUA** soalan.

Soalan 1

- a) (i) Nyatakan **DUA (2)** strategi campuran pemasaran di dalam proses pemasaran CLO1
T1

[2 markah]

- (ii) Senaraikan **DUA (2)** elemen pemasaran. CLO1
T1

[2 markah]

- b) Terangkan elemen pemasaran berikut. CLO1
T1

- i. Keperluan
- ii. Permintaan
- iii. Urusniaga
- iv. Nilai

[8 markah]

- c) (i) Jelaskan **DUA (2)** syarat sesuatu pertukaran itu boleh dilaksanakan. CLO1
T1

[4 markah]

- (ii) Huraikan orientasi pemasaran bagi konsep pengeluaran dan konsep jualan CLO1
T1

[4 markah]

Soalan 2

- a) Bincangkan **EMPAT (4)** faktor peribadi yang mempengaruhi gelagat pengguna semasa membuat keputusan pembelian. CLO1
T3

[8 markah]

- b) (i) Jelaskan tingkahlaku pembelian yang kompleks di dalam gelagat pembelian pengguna. CLO1
[3 markah] T3

- (ii) Huraikan sumber carian maklumat di dalam proses membuat keputusan pembelian pengguna. CLO1
[3 markah] T3

- c) Tujuan asas segmentasi pasaran adalah untuk membahagikan sesuatu populasi kepada kumpulan-kumpulan yang berlainan di mana individu dalam setiap kumpulan itu mempunyai keperluan yang serupa. CLO1
T4

Terangkan **TIGA (3)** asas segmentasi pasaran.

[6 markah]

Soalan 3

- a) Senaraikan **EMPAT (4)** persekitaran makro yang perlu dipertimbangkan oleh syarikat ketika membuat keputusan berkaitan dengan pemasaran. CLO1
T2
[4 markah]

- b) Masyarakat atau orang awam merupakan kumpulan yang dapat memberi kesan kepada keupayaan organisasi untuk mencapai objektif yang ditetapkan. CLO1
T2

Terangkan **TIGA (3)** jenis komponen masyarakat.

[6 markah]

- c) Jelaskan **SATU (1)** ciri jenama yang baik CLO1
T5
[2 markah]

- d) Produk mempunyai beberapa tahap yang perlu dilalui di dalam kitaran hayat produk. CLO1
T5

Huraikan **EMPAT (4)** tahap kitaran hayat produk.

[8 markah]

SOALAN TAMAT
Selamat Menjawab