

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

**PEPERIKSAAN AKHIR TEORI
SESI I : 2024 / 2025**

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 adalah tempat berlakunya aktiviti jualan dan belian barangan dan perkhidmatan.
- B** Pemasaran adalah istilah yang digunakan hanya untuk merujuk kepada fungsi jualan di kalangan firma.
- C** Pemasaran adalah aktiviti yang hanya mempertimbangkan keperluan organisasi, dan bukan keperluan masyarakat keseluruhan.
- D** Merupakan satu sistem perniagaan yang menyeluruh dan dibentuk untuk merancang, menyampaikan, menentukan harga, mempromosi dan mengagihkan produk.

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

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

3.

CLO1T1

Apabila kita mempunyai sumber kewangan atau kuasa beli, kita akan berkehendakkan kepada pelbagai jenis produk yang ditawarkan di pasaran.

Berdasarkan kepada pernyataan di atas, ia merujuk kepada

- A** nilai
- B** pasaran
- C** kepuasan
- D** permintaan

4. Urusniaga ialah CLO1
T1
- A** satu set atau himpunan bakal pembeli yang berpontensi untuk membeli sesuatu produk.
 - B** persepsi seseorang pengguna terhadap sesuatu produk atau servis yang ditawarkan.
 - C** pertukaran nilai antara dua belah pihak, daripada seorang pemasar kepada seorang pelanggan.
 - D** tindakan dalam mendapatkan sesuatu yang dikehendaki dari satu pihak dengan menawarkan sesuatu yang lain sebagai balasan.
5. Pilih pernyataan yang **BENAR** bagi elemen urusniaga. CLO1
T1
- A** Terdapat sekurang-kurangnya 3 pihak.
 - B** Kedua – dua pihak mempunyai keyakinan dan kepercayaan antara satu dengan lain.
 - C** Kedua-dua pihak berkemampuan untuk berkomunikasi dan membuat penghantaran.
 - D** Pihak ketiga mempunyai hak untuk menerima atau menolak tawaran dari pihak yang satu lagi.
6. Konsep pemasaran kemasyarakatan CLO1
T1
- A** menerangkan strategi yang membolehkan pemasar melihat usaha pemasaran secara keseluruhan.
 - B** percaya bahawa pengguna tidak akan membeli cukup produk organisasi melainkan firma itu telah mengambil usaha promosi dan penjualan yang banyak.
 - C** berpendapat bahawa organisasi mesti menentukan keperluan penggunaannya sebagai pusat kepada keupayaan organisasi untuk mencapai matlamatnya.
 - D** berpendapat bahawa organisasi bukan sahaja harus menentukan keperluan dan kehendak penggunaannya tetapi juga mesti menyampaikan kepuasan yang diinginkan dengan berkesan dan cekap dengan cara yang akan memelihara kesejahteraan masyarakat.

7. Kenalpasti yang manakah orang tengah yang terlibat dalam pemasaran?

CLO1
T2

- A Industri
- B Syarikat
- C Pemborong
- D Masyarakat

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

CLO1
T2

	Persekitaran mikro	Persekitaran makro
A	Demografi	Ekonomi
B	Pesaing	Undang-Undang
C	Pelanggan	Masyarakat
D	Teknologi	Demografi

9. Pilih elemen - elemen yang terlibat dalam persekitaran makro.

CLO1
T2

- I. Ekonomi
- II. Teknologi
- III. Demografi
- IV. Saluran Pengedaran

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

10. Apakah faktor budaya yang mempengaruhi gelagat pengguna?

CLO1
T3

- A Kelas sosial
- B Konsep sendiri
- C Peringkat umur
- D Kumpulan rujukan

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

- A Carian maklumat → Menenalpasti keperluan alternatif → Menilai alternatif → Membuat keputusan pembelian → Gelagat selepas pembelian
- B Menenalpasti keperluan → Menilai alternatif → Carian maklumat → Membuat keputusan pembelian → Gelagat selepas pembelian
- C Menenalpasti keperluan → Carian maklumat → Menilai alternatif → Membuat keputusan pembelian → Gelagat selepas pembelian
- D Menenalpasti keperluan → Membuat keputusan pembelian → Carian maklumat → Menilai alternatif → Gelagat selepas pembelian

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

Melibatkan kos atau pembelian barang yang bernilai rendah dan pengguna tidak perlu mengumpulkan lebih banyak maklumat sebelum membuat keputusan pembelian.

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

14.

Seseorang yang mencadangkan, memulakan perbincangan atau provokasi bagi meyakinkan seseorang untuk membuat pembelian.

CLO1T3

Pilih peranan yang sesuai yang dimainkan oleh ahli keluarga bagi pernyataan di atas.

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

15. Apakah maksud segmentasi pasaran?

CLO1T4

- 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. Pilih pembolehubah-pembolehubah yang terlibat dalam membuat segmentasi pasaran

CLO1T4

- I. Gelagat
- II. Teknologi
- III. Demografi
- IV. Psikografi

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

17. Kereta yang direka untuk kegunaan kawasan yang mempunyai empat musim CLO1
dibina dengan ciri-ciri ketahanan haba dan mempunyai penyaman udara T4
berbanding kereta yang direka bagi kegunaan kawasan tropika yang hanya memerlukan penyaman udara.

Apakah asas segmentasi yang sesuai untuk pernyataan di atas?

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

18. Nyatakan elemen campuran pemasaran yang **BETUL**. CLO1
T5

- A Produk, Harga, Promosi dan Saluran Agihan
- B Produk, Harga, Saluran Agihan dan Pengguna
- C Pembekal, Pemborong, 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. Pembungkusan melibatkan aktiviti mereka bentuk dan mengeluarkan bekas atau pembungkus untuk sesuatu produk. CLO1
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) Keperluan dan kehendak pengguna boleh dipenuhi oleh pemasar melalui tawaran pasaran. Berikan definisi **DUA (2)** jenis tawaran pasaran berikut : CLO1
T1

- i. Produk
- ii. Perkhidmatan

[4 markah]

- b) Jelaskan **EMPAT (4)** syarat sesuatu urusanniaga itu boleh dilaksanakan. CLO1
T1

[8 markah]

- c) Terangkan **EMPAT (4)** orientasi pemasaran yang boleh di amalkan oleh pemasar. CLO1
T1

*[8 markah]***Soalan 2**

- a) Huraikan **EMPAT (4)** jenis gelagat pembelian pengguna. CLO1
T3

[8 markah]

- b) Jelaskan **TIGA (3)** faktor budaya di bawah yang mempengaruhi gelagat pengguna. CLO1
T3

- i. Budaya
- ii. Sub Budaya
- iii. Kelas Sosial

[6 markah]

- c) Huraikan **TIGA (3)** asas segmentasi psikografi. CLO1
T4

[6 markah]

Soalan 3

- a) Senaraikan **EMPAT (4)** persekitaran mikro yang perlu diambil kira dalam aktiviti pemasaran. CLO1
T2

[4 markah]

- b) Terangkan persekitaran makro di bawah yang mempengaruhi aktiviti pemasaran sesebuah firma. CLO1
T2

- i. Demografi
- ii. Teknologi
- iii. Semulajadi

[6 markah]

- c) Jelaskan konsep campuran pemasaran. CLO1
[2 markah] T5

- d) Terangkan **EMPAT (4)** jenis campuran promosi yang boleh digunakan oleh pemasar. CLO1
T5

[8 markah]

SOALAN TAMAT
Selamat Menjawab