

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

**PEPERIKSAAN AKHIR TEORI
SESI II : 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 **SEMBILAN (9)** halaman bercetak termasuk halaman hadapan.

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

1. Kenalpasti istilah pemasaran yang **BETUL**. CLO1
T1
 - A Menjual produk kepada pelanggan.
 - B Pengiklanan produk dalam pasaran.
 - C Proses pengeluaran dan pengagihan produk.
 - D Aktiviti manusia dalam memenuhi keperluan dan kehendak melalui pertukaran.

2. Apakah yang dimaksudkan dengan “keperluan”? CLO1
T1
 - A Sesuatu yang diinginkan tetapi tidak wajib dimiliki.
 - B Produk yang ditawarkan oleh pemasar kepada pelanggan.
 - C Keinginan yang dipengaruhi oleh budaya dan personaliti individu.
 - D Kekurangan asas yang perlu dipenuhi seperti makanan dan tempat tinggal.

3. Pilih pernyataan yang **BETUL** antara keperluan dan kehendak. CLO1
T1
 - A. Keperluan dan kehendak mempunyai maksud yang sama.
 - B. Keperluan ialah sesuatu yang penting, manakala kehendak ialah sesuatu yang wajib dimiliki.
 - C. Keperluan hanya berkaitan dengan produk fizikal, manakala kehendak berkaitan dengan perkhidmatan.
 - D. Keperluan ialah sesuatu yang wajib dimiliki, manakala kehendak ialah keinginan yang dipengaruhi oleh budaya dan personaliti individu.

4. “Kehendak ialah keinginan kepada sesuatu perkara atau produk khusus yang dapat memuaskan keperluan.” CLO1
T1

Berdasarkan pernyataan diatas, kenalpasti faktor utama yang membentuk kehendak seorang pengguna?

 - A Jenama sesuatu produk.
 - B Budaya dan personaliti individu.
 - C Harga dan promosi sesuatu produk.
 - D Jumlah stok produk dalam pasaran.

5. Kejayaan organisasi bergantung kepada memahami keperluan dan kehendak sasaran pasaran. Pilih konsep asas dalam pemasaran yang menekankan kepuasan pelanggan? CLO1
T1

- A Konsep jualan.
- B Konsep produk.
- C Konsep pemasaran.
- D Konsep pengeluaran.

CLO1
T2



Berikut merupakan elemen-elemen dalam pemasaran. Tentukan kepentingan nilai dalam pemasaran. CLO1
T1

- A Menentukan harga sesuatu produk.
- B Mengurangkan persaingan dalam pasaran.
- C Mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian.
- D Membantu pemasar mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

7. Apakah maksud persekitaran mikro? CLO1
T2

- A Faktor dalaman yang berada dalam kawalan syarikat atau pengaruh syarikat.
- B Faktor luaran dan berada diluar kemampuan syarikat untuk dikawal sepenuhnya.
- C Pengguna atau pembeli yang membeli dan menggunakan produk atau perkhidmatan.
- D Pengguna atau pembeli yang membeli dan menggunakan produk atau perkhidmatan luar negara.

8. Bagaimanakah persekitaran mikro memberi kesan kepada syarikat?
- A Melalui faktor luar seperti ekonomi dan politik.
 - B Dengan menentukan strategi harga dalam pasaran.
 - C Dengan menumpukan kepada faktor budaya dan sosial.
 - D Dengan mempengaruhi operasi harian syarikat seperti hubungan dengan pembekal dan pelanggan.
9. Bagaimanakah persekitaran makro boleh mempengaruhi strategi pemasaran syarikat? CLO1
T2
- A Dengan mengabaikan perubahan dalam teknologi.
 - B Dengan hanya menumpukan kepada pesaing syarikat.
 - C Dengan bergantung sepenuhnya kepada pembekal untuk merancang pemasaran.
 - D Dengan memahami faktor-faktor luar seperti ekonomi, politik, dan kebudayaan yang boleh memberi kesan kepada pasaran.
10. Gelagat pembelian membawa maksud _____ CLO1
T3
- A strategi promosi produk dalam pasaran.
 - B proses penjualan produk kepada pelanggan.
 - C kaedah pemasaran yang digunakan oleh syarikat.
 - D tingkah laku pengguna akhir dalam membuat keputusan membeli.
11. Apakah contoh gelagat pembelian berulang? CLO1
T3
- A Membeli rumah kali pertama.
 - B Membeli roti dan susu setiap minggu.
 - C Membeli telefon pintar berdasarkan jenama terkenal.
 - D Membeli kereta setelah membuat kajian yang mendalam.

12. Jelaskan kepentingan kumpulan rujukan dalam gelagat pembelian pengguna. CLO1
T3
- A Mereka menentukan harga sesuatu produk.
 - B Mereka bertanggungjawab dalam proses jual beli di pasaran.
 - C Mereka mengawal jumlah produk yang boleh dibeli oleh pengguna.
 - D Mereka mempengaruhi sikap, gaya hidup, dan keputusan pembelian pengguna.
13. Bagaimanakah faktor psikologi mempengaruhi gelagat pembelian pengguna? CLO1
T3
- A Dengan mengawal strategi pemasaran syarikat.
 - B Dengan menentukan jumlah stok produk dalam pasaran.
 - C Dengan menetapkan harga jualan produk dalam pasaran.
 - D Dengan mempengaruhi motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepercayaan pengguna.
14. Tentukan pernyataan yang **BETUL** mengenai proses membuat keputusan pembelian perniagaan. CLO1
T3
- A Pembelian pengguna lebih kompleks berbanding pembelian perniagaan.
 - B Tiada perbezaan antara pembelian pengguna dan pembelian perniagaan.
 - C Pembelian perniagaan lebih ringkas dan cepat berbanding pembelian dengan pengguna.
 - D Pembelian perniagaan melibatkan lebih banyak pertimbangan seperti spesifikasi produk, carian pembekal, dan penilaian prestasi.
15. Kenalpasti asas utama segmentasi pasaran. CLO1
T4
- A Harga dan jenama.
 - B Warna produk dan lokasi syarikat.
 - C Trend media sosial dan penggunaan internet.
 - D Geografi, Demografi, Psikografi, dan Gelagat Pengguna.

16. Segmentasi merupakan proses membahagikan pasaran kepada kumpulan pengguna yang lebih kecil. Jelaskan kepentingan segmentasi pasaran kepada sesebuah syarikat. CLO1
T4

- A** Hanya digunakan oleh syarikat besar dalam industri tertentu.
- B** Memastikan syarikat dapat mengurangkan kos pengiklanan sepenuhnya.
- C** Membantu syarikat menjual produk kepada semua pelanggan tanpa pengecualian.
- D** Membolehkan syarikat menawarkan produk yang lebih sesuai dengan keperluan kumpulan pelanggan tertentu.

17. “Perletakan (*Positioning*) ialah proses mengatur kedudukan produk di tempat yang jelas, tersendiri, dan diinginkan” CLO1
T4

Berdasarkan pernyataan diatas, tentukan bagaimanakah strategi perletakan pasaran membantu sesuatu jenama?

- A** Dengan mengelakkan persaingan dalam pasaran.
- B** Dengan memastikan semua produk dijual di pasaran antarabangsa.
- C** Dengan menurunkan harga produk supaya lebih menarik kepada pelanggan.
- D** Dengan menentukan kedudukan produk dalam fikiran pengguna berbanding pesaing.

18. Nyatakan elemen utama dalam campuran pasaran. CLO1
T5

- A** Produk, harga, agihan, dan promosi.
- B** Harga, keuntungan, modal, dan pelaburan.
- C** Produk, jenama, perkhidmatan, dan pasaran.
- D** Pemasaran digital, jualan langsung dan pengiklanan.

19. Berikut merupakan penerangan mengenai jenis pembungkusan.

CLO1

T5

Jenis Pembungkusan	
Primer	Merupakan bungkusan utama produk.
Sekunder	merupakan bungkusan yang dibuang apabila produk hendak digunakan.
Perkapalan	melindungi pembungkusan primer, sekunder dan produk secara keseluruhannya.

Berikut merupakan penerangan mengenai jenis pembungkusan. Terangkan kepentingan pembungkusan dalam pemasaran produk?

- A** Hanya untuk menambah kos pengeluaran produk.
- B** Untuk menggantikan keperluan promosi dan pengiklanan.
- C** Hanya berfungsi sebagai elemen tambahan tanpa kepentingan strategik.
- D** Membantu melindungi produk, menarik perhatian pelanggan, dan memberikan maklumat penting.

20. Bagaimanakah jenama membantu dalam pemasaran produk?

CLO1

T5

- A** Hanya penting untuk syarikat besar sahaja.
- B** Tidak memberi kesan terhadap persepsi pelanggan kepada produk.
- C** Mengurangkan kos pengeluaran dengan menggunakan bahan murah.
- D** Membezakan produk daripada pesaing dan membina kepercayaan pelanggan.

BAHAGIAN B*[60 markah]*

Arahan: Jawab **SEMUA** soalan.

Soalan 1

- a) Nyatakan **EMPAT (4)** jenis pendekatan pemasaran. CLO1
T1
[4 markah]
- b) Huraikan **EMPAT (4)** elemen-elemen dalam pemasaran. CLO1
T1
[8 markah]
- c) Jelaskan **TIGA (3)** konsep pertukaran dalam pemasaran dan berikan **SATU (1)** contoh. CLO1
T1
[8 markah]

Soalan 2

- a) Terangkan **EMPAT (4)** faktor utama yang mempengaruhi gelagat pembelian pengguna. CLO1
T3
[8 markah]
- b) Terangkan **TIGA (3)** faktor persekitaran yang mempengaruhi pembelian perniagaan. CLO1
T3
[6 markah]
- c) Jelaskan **DUA (2)** segmentasi utama pasaran dan berikan **SATU (1)** contoh bagi setiap satu segmentasi. CLO1
T4
[6 markah]

Soalan 3

- a) Masyarakat merupakan kumpulan yang memberi perhatian terhadap firma dan dapat memberi kesan kepada keupayaan organisasi untuk mencapai matlamat yang ditetapkan. Senaraikan **EMPAT (4)** jenis masyarakat.

[4 markah] CLO1
T2

- b) Huraikan **TIGA (3)** faktor dalam persekitaran mikro yang mempengaruhi strategi pemasaran sesebuah syarikat.

[6 markah] CLO1
T5

- c) Kenalpasti **DUA (2)** elemen dalam campuran pemasaran.

[2 markah] CLO1
T5

- d) Jelaskan **DUA (2)** tahap produk dalam campuran pemasaran dan berikan **SATU (1)** contoh bagi setiap satu.

[8 markah]

SOALAN TAMAT
Selamat Menjawab