



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI

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

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2025/2026

DPA10223 : INTRODUCTION TO MARKETING

TARIKH : 30 APRIL 2026

MASA : 2.30 PETANG - 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** subjective questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan subjektif. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1

- CLO1 (a) Marketing plays an important role in helping organizations understand customers and compete in the market. List out **FIVE (5)** marketing concepts.
[5 marks]
- CLO1 (b) Business organizations operate in an external environment that cannot be controlled but can significantly influence marketing decisions and business performance. Explain **FIVE (5)** elements of the macroenvironment.
[10 marks]
- CLO1 (c) Consumer buying behavior is strongly influenced by cultural, social, personal and psychological factors. Share the details of **FOUR (4)** personal factors that influences the growth of consumer behavior.
[10 marks]

SOALAN 1

- CLO1 (a) *Pemasaran memainkan peranan penting dalam membantu organisasi memahami keperluan pelanggan dan bersaing dalam pasaran. Senaraikan **LIMA (5)** konsep pemasaran.*
[5 markah]
- CLO1 (b) *Sesebuah organisasi beroperasi dalam persekitaran luaran yang tidak boleh dikawal, tetapi memberi kesan yang besar terhadap keputusan pemasaran dan prestasi perniagaan. Jelaskan **LIMA (5)** elemen dalam persekitaran makro.*
[10 markah]

- CLO1 (c) *Tingkah laku pembelian pengguna sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, peribadi dan psikologi. Kongsikan perincian **EMPAT (4)** faktor peribadi yang mempengaruhi pertumbuhan tingkah laku pengguna.*

[10 markah]

QUESTION 2

- CLO1 (a) Describe any **TWO (2)** major bases for segmenting the consumer market with a suitable example.

[5 marks]

- CLO1 (b) A company makes its product special different from competitors by offering unique features, better quality, or special design. Discuss **FIVE (5)** differentiation strategy that can be used by the company.

[10 marks]

- CLO1 (c) The product life cycle is the length of time that a product is available to customers. Write **FIVE (5)** stages of the product life cycle.

[10 marks]

SOALAN 2

- CLO1 (a) *Bincangkan mana – mana **DUA (2)** asas utama untuk membahagikan pasaran pengguna dengan contoh yang sesuai.*

[5 markah]

- CLO1 (b) *Syarikat menjadikan produknya istimewa dan berbeza daripada pesaing dengan menawarkan ciri unik, kualiti yang lebih baik, atau reka bentuk istimewa. Bincangkan **LIMA (5)** strategi pembezaan yang boleh digunakan oleh syarikat.*

[10 markah]

- CLO1 (c) *Kitaran hayat produk ialah tempoh masa sesuatu produk tersedia kepada pelanggan. Tuliskan **LIMA (5)** peringkat kitaran hayat produk .*

[10 markah]

QUESTION 3

- CLO1 (a) List **FIVE (5)** types of product mix pricing strategies. [5 marks]
- (b) Supply chain management is the heart of business which is inclusive of sourcing, producing and distribution. The process of distribution involves key strategic decisions about how to reach the market, as a core challenge for any business is getting its products to the right place at the right time.
- CLO1 i) Elaborate **TWO (2)** types of marketing distribution channel. [10 marks]
- CLO1 ii) Examine **FIVE (5)** key components of supply chain management. [10 marks]

SOALAN 3

- CLO1 (a) *Senaraikan **LIMA (5)** jenis strategi penetapan harga campuran produk.* [5 markah]
- (b) *Pengurusan rantaian bekalan adalah nadi perniagaan yang merangkumi penyumberan, pengeluaran dan pengedaran. Proses pengedaran melibatkan keputusan strategik utama tentang cara mencapai pasaran kerana cabaran teras bagi mana-mana perniagaan ialah membawa produknya ke tempat yang betul pada masa yang tepat.*
- CLO1 i. *Huraikan **DUA (2)** jenis saluran pengedaran pemasaran.* [10 markah]
- CLO1 ii) *Telitikan **LIMA (5)** komponen utama dalam pengurusan rantaian bekalan.* [10 markah]

QUESTION 4

- CLO1 (a) A promotional mix is the combo of marketing tools and communications you use to promote your products or services to your target audience. Discuss **FOUR (4)** elements promotional mix used by marketers to increase their sales with a suitable example.

[10 marks]

- CLO1 (b) A company is facing public criticism for misleading advertisements and irresponsible marketing practices. To rebuild trust, the management must apply ethical principles in its marketing activities. Demonstrate **FIVE (5)** important aspects of marketing ethics in marketing activities.

[15 marks]

SOALAN 4

- CLO1 (a) *Campuran promosi ialah gabungan alat pemasaran dan komunikasi yang anda gunakan untuk mempromosikan produk atau perkhidmatan anda kepada khalayak sasaran anda. Bincangkan **EMPAT (4)** campuran promosi yang digunakan oleh pemasar untuk meningkatkan jualan mereka beserta dengan contoh yang sesuai.*

[10 markah]

- CLO1 (b) *Sebuah syarikat menerima kritikan daripada orang awam akibat iklan yang mengelirukan dan amalan pemasaran yang tidak bertanggungjawab. Bagi memulihkan kepercayaan pelanggan, pihak pengurusan perlu mengamalkan etika dalam aktiviti pemasaran. Tunjukkan **LIMA (5)** aspek penting etika pemasaran dalam aktiviti pemasaran.*

[15 markah]

SOALAN TAMAT