

**SULIT**



**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 I : 2025/2026**

**DPM30063 : PRODUCT AND SERVICE MARKETING**

**TARIKH : 23 NOVEMBER 2025**

**MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)**

---

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

---

**JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

**SULIT**

**INSTRUCTION:**

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

**ARAHAN:**

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

**QUESTION 1****SOALAN 1**

- CLO1 (a) Describe the product categories below with an appropriate example.  
*Jelaskan kategori produk dibawah dengan contoh yang bersesuaian.*
- i. Durable product  
*Produk tahan lama*
  - ii. Non-durable product  
*Produk tidak tahan lama*
  - iii. Tangible product  
*Produk ketara*
  - iv. Intangible product  
*Produk tidak ketara*
- [10 marks]  
[10 markah]
- CLO1 (b) Imagine you are a marketing manager for a fast-food restaurant in Malaysia. Apply strategies below to extend the maturity stage of its products.  
*Bayangkan anda seorang pengurus pemasaran untuk sebuah restoran makanan segera di Malaysia. Gunakan strategi di bawah untuk melanjutkan peringkat kematangan produknya.*

- i) Market modification  
*Pengubahsuaian pasaran*
- ii) Product modification  
*Pengubahsuaian produk*
- iii) Marketing mix modification  
*Pengubahsuaian campuran pemasaran*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**

- CLO1 (a) Define the dimensions of a product mix below with a suitable example.  
*Takrifkan dimensi campuran produk di bawah dengan contoh yang bersesuaian.*
- i. Width  
*Kelebaran*
  - ii. Length  
*Kepanjangan*
- [5 marks]  
[5 markah]
- CLO1 (b) Explain the difference between product line filling and product line featuring with a relevant example.  
*Terangkan perbezaan antara pengisian barisan produk dan perincian barisan produk dengan contoh yang sesuai.*
- [8 marks]  
[8 markah]

- CLO1 (c) Assume you are the brand manager of a skincare company that currently offers products in the mid-price range. Your company's wants to expand market share through product line stretching. Apply any **TWO (2)** strategies of product line stretching with an appropriate example for each strategy.

*Andaikan anda adalah pengurus jenama syarikat penjagaan kulit yang kini menawarkan produk dalam julat harga pertengahan. Syarikat anda mahu meluaskan bahagian pasaran melalui regangan barisan produk. Aplikasi mana-mana **DUA (2)** strategi regangan barisan produk beserta contoh yang sesuai bagi setiap strategi.*

[12 marks]

[12 markah]

### QUESTION 3

#### SOALAN 3

- CLO1 (a) Supplementary services are defined as enhancements to the core product that facilitate its use and increase its value and appeal. They are divided into two types: 'facilitating' and 'enhancing.' Describe **FOUR (4)** elements of the 'Flower of Services' under facilitating services, with appropriate examples.

*Perkhidmatan tambahan ditakrifkan sebagai penambahbaikan kepada produk teras untuk memudahkan penggunaannya dan meningkatkan nilai serta daya tarikannya. Ia dibahagikan kepada dua jenis iaitu 'memudahkan' dan 'peningkatan'. Huraikan **EMPAT (4)** elemen 'Bunga Perkhidmatan' di bawah perkhidmatan memudahkan, dengan contoh yang bersesuaian.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) Customer contact in services refer to the interactions and touch points between a business and its customers. This is a crucial aspect of service management and can greatly impact customer satisfaction and loyalty. Customer contact in services can vary significantly based on the level of interaction involved.

Discuss **THREE (3)** differences in the levels of customer contact, with suitable examples.

*Hubungan pelanggan dalam perkhidmatan merujuk kepada interaksi dan titik pertemuan antara perniagaan dan pelanggan. Ini adalah aspek penting dalam pengurusan perkhidmatan dan boleh memberi kesan besar kepada kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Hubungan pelanggan dalam perkhidmatan boleh berbeza dengan ketara bergantung pada tahap interaksi yang terlibat. Bincangkan **TIGA (3)** perbezaan tahap hubungan pelanggan, dengan memberikan contoh yang bersesuaian.*

[15 marks]

[15 markah]

#### QUESTION 4

#### SOALAN 4

- CLO1 (a) Customers consistently evaluate service quality based on specific dimensions. Discuss **FIVE (5)** of these service quality dimensions.

*Pelanggan secara konsisten menilai kualiti perkhidmatan berdasarkan dimensi tertentu. Bincangkan **LIMA (5)** dimensi kualiti perkhidmatan ini.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) Mr. Malique, the Marketing Manager of Presto Hotel, has been assigned the responsibility of improving the hotel's efficiency. To accomplish this goal, he should focus on implementing a customer-centric strategy. Apply **THREE (3)** customer-driven approaches that Mr. Malique can incorporate to boost the hotel's service productivity.

*Encik Malique, Pengurus Pemasaran Presto Hotel, telah diberi tanggungjawab untuk meningkatkan kecekapan hotel. Bagi mencapai matlamat ini, beliau perlu*

*memberikan tumpuan kepada pelaksanaan strategi yang mengutamakan pelanggan. Aplikasi **TIGA (3)** pendekatan keutamaan pelanggan yang boleh digunakan oleh Encik Malique bagi meningkatkan produktiviti perkhidmatan hotel.*

[15 marks]

[15 markah]

### SOALAN TAMAT