

**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**

**DPM30083 : PRICING**

**TARIKH : 25 NOVEMBER 2025**

**MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (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)

**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) Pricing plays a crucial role in regulating the interaction between buyers and sellers. Discuss **FOUR (4)** roles of pricing in the economy that help maintain market balance.

*Harga memainkan peranan yang penting dalam mengatur interaksi antara pembeli dan penjual. Bincangkan **EMPAT (4)** peranan harga dalam ekonomi yang membantu mengekalkan keseimbangan pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (b) In marketing, pricing decisions are not made in isolation. They are influenced by various external factors beyond the company's control. Write **FIVE (5)** external factors that influence pricing decisions in marketing.

*Dalam pemasaran, keputusan penetapan harga tidak dibuat secara bersendirian. Keputusan ini dipengaruhi oleh pelbagai faktor luaran yang berada di luar kawalan syarikat. Tulis **LIMA (5)** faktor luaran yang mempengaruhi keputusan penetapan harga dalam pemasaran.*

[15 marks]

[15 markah]

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

CLO1

- (a) List **FIVE (5)** pricing objectives that businesses may adopt to guide their pricing decisions in marketing.

*Senaraikan **LIMA (5)** objektif penetapan harga yang boleh diambil oleh perniagaan untuk membuat keputusan harga dalam pemasaran.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) Explain **TWO (2)** new product pricing strategies that a business may adopt when launching a product, and provide one example for each strategy.

*Terangkan **DUA (2)** strategi penetapan harga produk baharu yang boleh diambil oleh sesebuah perniagaan semasa melancarkan produk, dan berikan satu contoh bagi setiap strategi.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO1

- (c) Write **THREE (3)** product mix pricing strategies that a business may use to maximise revenue and customer value, and provide one example for each strategy.

*Tulis **TIGA (3)** strategi penetapan harga campuran produk yang boleh digunakan oleh sesebuah perniagaan untuk memaksimumkan hasil dan nilai kepada pelanggan, serta berikan satu contoh bagi setiap strategi.*

[12 marks]

[12 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**

- CLO1 (a) Identify **THREE (3)** factors that can affect customer price sensitivity in purchasing decisions.  
*Kenal pasti **TIGA (3)** faktor yang boleh mempengaruhi kepekaan harga pelanggan dalam membuat keputusan pembelian.*
- [9 marks]  
[9 markah]
- CLO1 (b) Discuss **TWO (2)** promotional pricing strategies that businesses may use to adjust prices according to different market conditions.  
*Bincangkan **DUA (2)** strategi promosi harga yang boleh digunakan oleh perniagaan untuk melaraskan harga mengikut keadaan pasaran yang berbeza.*
- [6 marks]  
[6 markah]
- CLO1 (c) Prepare **FIVE (5)** segmented pricing strategies that a business may use to set different prices for different customer groups or market segments.  
*Sediakan **LIMA (5)** strategi penetapan harga berseghmen yang boleh digunakan oleh sesebuah perniagaan untuk menetapkan harga yang berbeza bagi segmen pasaran yang berbeza.*
- [10 marks]  
[10 markah]

**QUESTION 4****SOALAN 4**

CLO1

- (a) In competitive markets, businesses often use discounts and allowances as part of their pricing strategy to attract customers. Define **FIVE (5)** types of price discounts and allowances that businesses may offer to customers.

*Dalam pasaran yang kompetitif, perniagaan sering menggunakan diskaun dan elaun sebagai sebahagian daripada strategi penetapan harga untuk menarik pelanggan. Takrifkan **LIMA (5)** jenis diskaun harga dan elaun yang boleh ditawarkan oleh perniagaan kepada pelanggan.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (b) Price adjustment strategies are approaches businesses use to modify their pricing in response to factors such as market conditions, competition, cost structures, or customer demand. Construct **THREE (3)** types of price adjustment strategies with appropriate examples.

*Strategi pelarasan harga ialah pendekatan yang digunakan oleh perniagaan untuk mengubah suai harga mereka sebagai tindak balas terhadap faktor seperti keadaan pasaran, persaingan, struktur kos atau permintaan pelanggan. Bangunkan **TIGA (3)** jenis strategi pelarasan harga dengan contoh yang sesuai.*

[15 marks]

[15 markah]

**SOALAN TAMAT**