

6

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA**

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

**PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2015**

HT618: SALES AND MARKETING

**TARIKH : 11 APRIL 2016
MASA : 2.30PM – 4.30PM(2 JAM)**

Kertas ini mengandungi **ENAM BELAS (16)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

Bahagian B: Esei (6 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALANINI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A : 20 MARKS
BAHAGIAN A : 20 MARKAH**INSTRUCTION:**

This section consists of TWENTY (20) objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

ARAHAN :

Bahagian ini mengandungi DUA PULUH (20) soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan.

- CLO2
C2
1. Which of the following is **CORRECT** about the characteristics of services in tourism industry?

*Manakah di antara yang berikut **BETUL** tentang ciri-ciri perkhidmatan di dalam industri pelancongan?*

- A. Intangibility, inseparability, inconsistency, perishability, lack of ownership.
Tidak boleh disentuh, tidak boleh dipisahkan, tidak konsisten, mudah rosak, dan tidak milikan.
- B. Intangibility, inseparability, inconstancy, perishability, lack of ownership.
Tidak boleh disentuh, tidak boleh dipisahkan, tidak tetap, mudah rosak dan tidak milikan.
- C. Intangibility, inoperability, inconsistency, perishability, lack of ownership.
Tidak boleh disentuh, tidak boleh beroperasi, mudah rosak dan tidak milikan.
- D. Intangibility, incapability, inconsistency, perishability, lack of ownership.
Tidak boleh disentuh, tiada keupayaan, mudah rosak dan tidak milikan.

- CLO2
C1
2. The term marketing refers to
Terma pemasaran adalah merujuk kepada

- A. The sales function within a firm.
Jualan di dalam firma sahaja.
- B. Any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas.
Bentuk bayaran kepada pembentangan bukan peribadi dan promosi terhadap sesuatu idea

- C. The management process through which goods and services move from concept to the customer.
Satu proses pengurusan dimana sesuatu barang dan perkhidmatan telah ditukar daripada konsep terus kepada pelanggan.
- D. An activity that considers only the needs of the organization.
Pemasaran adalah satu aktiviti yang menitikberat tentang keperluan sesebuah organisasi sahaja.

CLO2
C2

3. Below are the unique characteristics of Tourism Demand EXCEPT

Berikut adalah ciri unik Permintaan Pelancongan KECUALI

- A. Demand is very elastic.
Permintaan adalah bersifat anjal.
- B. Demand is influenced by season.
Permintaan dipengaruhi oleh perubahan cuaca.
- C. Demand is not sensitive to price change.
Permintaan tidak sensitif kepada perubahan harga.
- D. Demand is very sensitive to economic situation.
Permintaan adalah amat sensitif kepada persekitaran ekonomi.

CLO2
C2

4. The following are major components in company's macro environment EXCEPT

Berikut adalah komponen dalam persekitaran makro sesebuah syarikat KECUALI

- A. Marketing intermediaries
Saluran Pemasaran
- B. Government
Kerajaan
- C. Weather
Cuaca
- D. Economic factors
Faktor ekonomi

5. Which of the following are the important factors to be considered when doing a market analysis?

Yang manakah di antara berikut merupakan faktor penting yang perlu dititikberatkan apabila melakukan analisa pasaran?

- I. Competition
Persaingan
 - II Target markets
Sasaran pasaran
 - III. Market positioning
Kedudukan pasaran
 - IV Marketing environment factor
Faktor persekitaran pemasaran
-
- A. I, II and III
I, II, dan III
 - B. I, II and IV
I, II dan IV
 - C. I, III and IV
I, III dan IV
 - D. I, II, III and IV
I, II, III dan IV

6. Which of the following statement describe Location and Community Analysis for Situation Analysis?

Yang manakah di antara kenyataan berikut menggambarkan Analisa Lokasi dan Komuniti untuk Analisa Situasi?

- A. The location for existing business that will influenced from the changes in highway design, new primary competitor and new building construction.
Lokasi untuk perniagaan sedia ada akan dipengaruhi daripada perubahan rekabentuk lebuhraya, pesaing utama baru dan pembinaan bangunan baru.
- B. It is a study of the organization's future and potential customer in one location.
Ia adalah kajian masa hadapan organisasi and potensi pelanggan di suatu lokasi.

- C. A study of market niche and marketing position that new business will occupy and implement it.
Kajian pasaran niche dan kedudukan pemasaran yang mana perniagaan baru akan memenuhi dan melaksanakannya.
- D. A study of the location and community strengths, weaknesses and opportunities of new business.
Kajian kekuatanm kelemahan dan peluang untuk lokasi dan komuniti untuk perniagaan baru.

CLO2
C1

7. Marketing Plan can be defined as:

Pelan Pemasaran boleh ditafsirkan sebagai:

- A. A plan of the marketing and economic development of a business or other type of organization.
Pelan pemasaran dan perkembangan ekonomi perniagaan atau jenis organisasi lain.
- B. A plan of the potential demands for an existing hospitality or travel business only and determines if market demand is large enough.
Pelan potensi permintaan untuk perniagaan sedia ada dalam pelancongan dan hospitaliti sahaja dan menentukan samada permintaan cukup besar.
- C. Marketing strategic planning method that is most popular with the organizations, particularly the business organization to plan marketing activities in medium and long term.
Kaedah perancangan strategi pemasaran yang paling popular dengan organisasi terutama organisasi perniagaan merancang aktiviti pemasaran medium dan jangka panjang.
- D. Marketing strategic planning method for all business type for a short term.
Kaedah perancangan strategik pemasaran semua jenis perniagaan untuk jangka pendek.

CLO2
C1

8. The following statements are marketing plan EXCEPT

Berikut menerangkan pelan pemasaran KECUALI

- A. A written business document
Merupakan dokumen bertulis perniagaan
- B. For the purpose of describing the current market position
Bertujuan untuk menerangkan kedudukan pasaran terkini

CLO2

C2

- C. Research intended to predict the future of market
Penyelidikan bertujuan untuk meramal masa hadapan pasaran
- D. As a tool for companies
Sebagai alat syarikat
9. What is the meaning of Individual Consumer behavior?
Apakah maksud tingkahlaku pengguna individu?
- A. Process through which suppliers make decision.
Melalui proses dimana pembekal membuat keputusan
- B. Process through which final customers make decision.
Melalui proses dimana pelanggan terakhir membuat keputusan
- C. Process through which final customers respond to the product features.
Melalui proses dimana pelanggan terakhir memberi maklumbalas terhadap ciri-ciri produk
- D. Process of motivation which relates to the human needs.
Proses motivasi dimana berkait dengan kehendak manusia
- CLO2
C2
10. In the model of consumer behavior, choose the answer below which represents the contents in the buyer's black box?
- Di dalam model tingkahlaku pelanggan, pilih jawapan di bawah yang mewakili isi kandungan kotak hitam pembeli.*
- A. Product choice and brand choice
Pilihan produk dan jenama
- B. Purchase amount and purchase timing
Jumlah dan masa pembelian
- C. Buyer characteristics and buyer decision process
Ciri-ciri pembeli dan proses keputusan pembelian
- D. Product and price
Produk dan harga

CLO2
C2

11. Organizational buyer is subject to many influences as they make their buying decision. The following elements are referring to the major influence of Organizational Buyer EXCEPT;

Pembeli Organisasi adalah merujuk kepada pelbagai pengaruh yang mempengaruhi pembuatan keputusan. Elemen berikut merujuk kepada pengaruh besar yang terdapat di dalam Pembeli Organisasi KECUALI;

- A. Organizational
Organisasi
- B. Experimental
Eksperimen
- C. Environmental
Persekutaran
- D. Interpersonal
Interpersonal

CLO2
C2

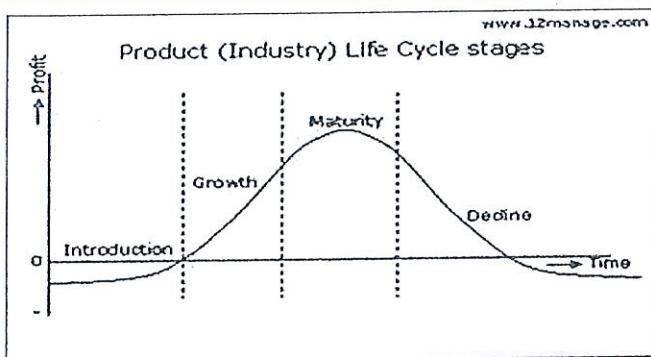
12. Which of the following tools are involved with advertising work?

Apakah peralatan yang terlibat dengan aktiviti pengiklanan?

- A. Product sampling
Produk contoh
- B. Brochure
Brosur
- C. Year-end sale
Jualan akhir tahun
- D. Discount
Potongan harga

CLO2
C2

13.



From the graph above, which stage that the producer should start to develop the substitute to replace the existing product in the market?

Berdasarkan graf diatas, peringkat yang manakah pengeluar sepatutnya mula membangunkan produk baru sebagai penganti kepada produk yang sedia ada di pasaran?

- A. Introduction
Pengenalan
- B. Growth
Pertumbuhan
- C. Maturity
Matang
- D. Decline
Menurun

CLO2

C1

14. The following are the factors contribute to sales failure **EXCEPT**

Berikut adalah faktor yang menyumbang kepada kegagalan jualan KECUALI

- A. Poor listening skills
Kemahiran mendengar yang lemah
- B. Lack of planning for sales presentations
Kurang perancangan untuk persembahan jualan
- C. Ability to determine customer needs
Kemampuan menentukan keperluan pengguna
- D. Inadequate product/service knowledge
Kurang pengetahuan mengenai produk/perkhidmatan

- | | |
|------------|---|
| CLO2
C2 | <p>15. Members of sales force require few types of important training EXCEPT
<i>Pasukan jualan memerlukan beberapa jenis latihan yang penting KECUALI</i></p> <p>A. Speaking techniques
<i>Teknik bercakap</i></p> <p>B. Sales technique training
<i>Latihan teknik jualan</i></p> <p>C. Product/service training
<i>Latihan produk/perkhidmatan</i></p> <p>D. Policies, procedures and planning training
<i>Latihan polisi, prosedur dan perancangan</i></p> |
| CLO2
C1 | <p>16. “Sales representative find and cultivate new customer”
<i>“Wakil jualan mencari dan mewujudkan pelanggan baru”</i></p> <p>The above statement refers to the process of:
<i>Kenyataan di atas merujuk kepada proses:</i></p> <p>A. Targeting
<i>Penyasaran</i></p> <p>B. Servicing
<i>Memberi perkhidmatan</i></p> <p>C. Prospecting
<i>Memprospek</i></p> <p>D. Communicating
<i>Berkomunikasi</i></p> |

CLO2

C2

17. The following is the right action to do during personal selling EXCEPT

*Yang berikut merupakan tindakan yang betul semasa melakukan jualan persendirian
KECUALI*

- A. Listening
Mendengar
- B. Creating urgency
Mencipta keperluan untuk bersegera
- C. Cutting the conversation
Mempercepatkan perbualan
- D. Closing based on relationship, not the product
Memuktamadkan berdasarkan perhubungan, bukan produk

18. Why sales training is very important in sales force?

Kenapa latihan jualan sangat penting dalam pasukan jualan?

CLO2

C2

- A. To increase sales
Untuk meningkatkan jualan
- B. To guarantee customer's satisfaction
Untuk menjamin kepuasan pelanggan
- C. Building a profitable customer-oriented sales team
Membina pasukan jualan berdasarkan pelanggan
- D. To provide the salesperson with job-related culture, skills, knowledge and attitude
Untuk menyediakan wakil jualan dengan budaya berkaitan kerja, kemahiran, pengetahuan dan sikap yang sesuai

19. Choose the **BEST** definition of adaptive selling.

*Pilih maksud yang **TEPAT** bagi adaptasi jualan.*

CLO2
C2

- A. Process of finding high potential customers
Proses mencari pelanggan yang berpotensi tinggi.

CLO2
C2

- B. A practice that encourages salesperson to alter their interaction with the customer
Amalan yang menggalakkan interaksi antara jurujual dengan pelanggan.
- C. Obtaining agreement from the customer to make a purchase
Mendapatkan persetujuan daripada pelanggan untuk membuat pembelian.
- D. Making contact with new potential customers.
Mengadakan pertalian dengan pelanggan baru yang berpotensi.
20. 'Features, advantages and benefits of product 'are different elements that will be discussed in the sales presentation. Which of the answer below are referring to product's features?
'Features, advantages and Benefits' adalah elemen yang berbeza yang akan dibentangkan di dalam pembentangan jualan. Yang manakah Antara jawapan di bawah menunjukkan maksud 'features product'
- A. Physical or tangible aspects of the product offering.
Aspek fizikal terhadap produk yang ditawarkan.
- B. Future customer's usage.
Kegunaan pengguna pada masa depan.
- C. Name of a product
Nama produk.
- D. Function of the product
Fungsi produk.

SECTION B : 80 MARKS
BAHAGIAN B : 80 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **SIX (6)** essay questions. Answer **FOUR (4)** questions only.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi **ENAM (6)** soalan eseи. Jawab **EMPAT (4)** soalan sahaja.

QUESTION 1

SOALAN 1

- (a) Give the definition of sales activities.
Berikan definisi aktiviti jualan.

[3 marks]
[3 markah]

- (b) Explain **FIVE (5)** service or product characteristics in tourism and hospitality industry.

*Terangkan **LIMA (5)** ciri-ciri perkhidmatan atau produk di dalam industri pelancongan dan hospitaliti.*

- i. Perishability/ *tidak tahan lama*
- ii. Intangibility/ *tidak boleh dilihat*
- iii. Lack of ownership/ *pemilikan sementara*
- iv. Inseparability/ *tidak boleh dipisahkan*
- v. Inconsistency/ *tidak konsisten*

[10 marks]
[10 markah]

- (c) Explain the relationship between sales and marketing from the operation management's point of view.

Terangkan kaitan di antara jualan dan pemasaran daripada perspektif pengurusan.

[7 marks]
[7 markah]

CLO2
C1

CLO2
C2

CLO2
C2

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C1

- (a) Give the definition of Marketing Plan.

Berikan definisi Perancangan Pemasaran.[4 marks]
[4 markah]CLO2
C2

- (b) List TWELVE (12) Content of Marketing Plan.

Senaraikan DUAABELAS (12) Isi kandungan perancangan pemasaran[6 marks]
[6 markah]CLO2
C2

- (c) Explain FIVE (5) importance of marketing plan.

Terangkan LIMA (5) kepentingan perancangan pemasaran[10 marks]
[10 markah]**QUESTION 3****SOALAN 3**CLO2
C1

- (a) Give the meaning of consumer behavior

Berikan makna gelagat pengguna.[2 marks]
[2 markah]CLO2
C1

- (b) List three psychological factors that influence consumer buying behavior

Senaraikan tiga faktor psikologikal yang mempengaruhi perilaku pembelian pengguna.[3 marks]
[3 markah]CLO2
C3

- (c) Illustrate by using the flowchart for individual buying process

Lakarkan carta alir proses pembelian individu.[5 marks]
[5 markah]

CLO2
C3

d) Explain each stages of individual buying process

Terangkan setiap peringkat proses pembelian individu.[10 marks]
[10 markah]**QUESTION 4**
SOALAN 4CLO2
C1(a) Give the definition of Buyer Readiness Stage
Berikan definisi tahap kesedaaan pembeli[2 marks]
[2 markah]CLO2
C1(b) State THREE (3) advantages and disadvantages of advertising
Nyatakan TIGA (3) kelebihan dan kekurangan pengiklanan[6 marks]
[6 markah]CLO2
C4(c) Explain the nature for each of the following promotional tool
Terangkan apakah alat promosi yang berikut

- i. Advertising
Pengiklanan
- ii. Personal selling
Jualan Peribadi
- iii. Sales promotion
Promosi jualan
- iv. Public relation
Perhubungan awam

[12 marks]
[12 markah]

QUESTION 5**SOALAN 5**CLO2
C1

- (a) Give the meaning of sales person.

Berikan maksud jurujual.

[2 marks]

[2 markah]

CLO2
C2

- (b) Based on the concept of key customers, discuss
- SIX (6)**
- general sales strategies that must be recognized by members of the hospitality industry.

*Berdasarkan kepada konsep kekunci pelanggan, bincangkan **ENAM (6)** strategi umum jualan yang mesti dikenalpasti oleh ahli ahli industri hospitaliti.*CLO2
C2

- (c) Sales management is the attainment of sales force goals in an effective manner through planning, staffing, sales training, leading, and controlling organizational resources. Explain
- THREE (3)**
- functions of sales management.

*Pengurusan jualan adalah tunjang kepada matlamat jualan di dalam kaedah yang berkesan melalui perancangan, penjawatan, latihan jualan, mengetuai, dan mengawal sumber organisasi. Jelaskan **TIGA (3)** fungsi pengurusan jualan tersebut.*[6 marks]
[6 markah]

QUESTION 6**SOALAN 6**CLO2
C1

- (a) Give the definition of travel intermediaries.
Berikan definisi Orang Tengah.

[2 marks]
[2 markah]CLO2
C1

- (b) List **EIGHT (8)** roles of Travel Intermediaries.
Senaraikan LAPAN (8) tugas-tugas Orang Tengah.

[8 marks]
[8 markah]CLO2
C3

- (c) Explain **FIVE (5)** qualities of a professional salesperson.
Terangkan LIMA (5) kualiti bagi Jurujual yang profesional.

[10 marks]
[10 markah]