

**SULIT**

---

**UNIVERSITI MALAYSIA PERLIS**

Peperiksaan Akhir Semester Pertama  
Sidang Akademik 2025/2026

Februari 2026

**SMP10803 – Principles of Marketing** ✓  
**[Prinsip-prinsip Pemasaran]**

Masa : 2 jam

---

Please make sure that this question paper has **FOUR (4)** printed pages including this front page before you start the examination.

*[Sila pastikan kertas soalan ini mengandungi **EMPAT (4)** muka surat yang bercetak termasuk muka hadapan sebelum anda memulakan peperiksaan ini.]*

This question paper has **FOUR (4)** questions. Answer **ALL** questions. Question 1 contributes 6 marks, Question 2 contributes 10 marks, Question 3 contributes 10 marks, and Question 4 contributes 14 marks.

*[Kertas soalan ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan. Jawab **SEMUA** soalan. Soalan 1 menyumbang 6 markah, soalan 2 menyumbang 10 markah, soalan 3 menyumbang 10 markah dan soalan 4 menyumbang 14 markah.]*

**Question 1****[Soalan 1]**

Explain the role of the following types of segmentation in assisting a food supplement company in targeting their customer segments.

*[Jelaskan peranan jenis-jenis segmentasi berikut dalam membantu syarikat suplemen makanan dalam menyasarkan segmen pelanggan mereka.]*

- (a) Benefit segmentation.  
*[Segmentasi manfaat.]*
- (b) Demographic segmentation.  
*[Segmentasi demografi.]*
- (c) Psychographic segmentation.  
*[Segmentasi psikografi.]*

(6 Marks/ Markah)

**Question 2****[Soalan 2]**

The traditional consumer decision-making process can help marketers overcome the key challenges in attracting customers to a new product. Discuss **FIVE (5)** steps of the process, with appropriate examples.

*[Proses pembuatan keputusan pengguna secara tradisional boleh membantu pemasar mengatasi cabaran utama dalam menarik pelanggan terhadap produk baharu. Bincangkan LIMA (5) langkah proses tersebut, dengan contoh-contoh yang sesuai.]*

(10 Marks/ Markah)

....3/-

**Question 3****[Soalan 3]**

Company A, a Malaysia-based industrial equipment supplier, plans to expand its operations by targeting manufacturing firms across ASEAN. The management is considering whether to adopt relationship marketing strategies or form strategic alliances with regional partners. *[Syarikat A, sebuah pembekal peralatan industri yang berpangkalan di Malaysia, merancang untuk mengembangkan operasinya dengan menyasarkan firma pembuatan di seluruh ASEAN. Pihak pengurusan sedang mempertimbangkan sama ada untuk menggunakan strategi pemasaran perhubungan atau membentuk pakatan strategik dengan rakan serantau.]*

- (a) Analyse **TWO (2)** key differences between relationship marketing and strategic alliances.

*[Analisis DUA (2) perbezaan utama antara pemasaran perhubungan dan pakatan strategik.]*

(4 Marks/ Markah)

- (b) Analyse **THREE (3)** reasons for the most effective strategy for Company A to expand its business-to-business (B2B) market.

*[Analisis TIGA (3) sebab-sebab bagi strategi yang paling berkesan untuk Syarikat A meluaskan pasaran perniagaan ke perniagaan (B2B) mereka.]*

(6 Marks/ Markah)

....4/-

**Question 4**  
*[Soalan 4]*

Company B plans to open a new branch in Kuala Lumpur. The management requires a marketing research project to analyse potential market segments.

*[Syarikat B merancang untuk membuka cawangan baharu di Kuala Lumpur. Pihak pengurusan memerlukan satu projek penyelidikan pemasaran untuk menganalisis segmen pasaran yang berpotensi.]*

- (a) Define marketing research.  
*[Definisikan penyelidikan pemasaran.]*

(2 Marks/ Markah)

- (b) Analyse any **THREE (3)** steps of the marketing research.  
*[Analisis mana-mana **TIGA (3)** langkah dalam penyelidikan pemasaran.]*

(12 Marks/ Markah)

-0000000-