

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua
Sidang 1997/1998

Februari 1998

AMW341 - PENGURUSAN PEMASARAN

Masa: [3 jam]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi **TIGA (3)** muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan.

Jawab **EMPAT (4)** soalan. Soalan 1 dan 2 adalah **WAJIB**. Pilih **DUA (2)** soalan lain.

Soalan 1 - WAJIB

Ramai kalangan pengguna mempunyai kehendak dan berupaya memiliki kereta mewah. Pada masa dahulu pengguna sanggup berbelanja untuk membeli kereta Mercedes disebabkan keunggulan prestasinya. Tetapi tidak kurang juga yang berpendapat harga kereta tersebut terlalu tinggi. Tanggapan ini telah memberikan ide kepada Syarikat Toyota untuk membentuk kereta baru yang memberikan nilai yang lebih kepada pengguna. Melalui pembelian yang bijak ini pengguna akan berasa lebih berpuas hati berbanding dengan pembelian Mercedes yang disifatkan sebagai pembaziran dan semata-mata untuk mengejar "status".

Keputusan Syarikat Toyota telah menghasilkan "Lexus", sebuah kereta yang direka secara teliti dengan menitikberatkan reka-bentuk yang unggul dan keadaan dalamannya yang mewah (plush interior). Di dalam salah satu daripada iklannya, Toyota telah membariskan Lexus bersebelahan dengan Mercedes. Tema yang diketengahkan ialah: "Pertama kali di dalam sejarah, Pengguna dapat memperolehi keunggulan Mercedes dengan penjimatan yang ketara". Rangkaian pengedaran Lexus yang tersendiri telah ditubuhkan dengan menekankan kepada keluasan, kepekaan kepada persekitaran, jurujual yang professional dan kemesraan layanan. Rangkaian pengedar Lexus telah menyediakan "Klip-video" 12 minit yang menonjolkan kehebatan prestasi Lexus kepada bakal pembeli.

...2/-

AAW341

Umpamanya salah satu daripada segmen video tersebut telah mempamerkan segelas air yang diletakkan di atas blok injin Mercedes dan Lexus. Apabila injin dihidupkan, air di dalam gelas di atas blok injin Mercedes berkocak tetapi tidak di blok injin Lexus. Ini memberikan gambaran bahawa injin Lexus lebih menjanjikan perjalanan yang licin. Pembeli Lexus bukan sahaja berpuas hati dengan prestasinya tetapi dengan bangganya mencerikannya kepada rakan dan taulan. Akibat daripada ini penjualan Lexus telah memberikan saingan dan tamparan hebat kepada rangkaian penjual Mercedes.

Bincangkan dilema yang dihadapi oleh pihak Mercedes dan langkah-langkah yang perlu diambil untuk menghadapi dan bertindak balas terhadap cabaran dari Lexus.

[40 markah]

Soalan 2 - WAJIB

Isu kualiti dan kepuasan pelanggan merupakan matlamat terakhir proses perancangan pemasaran. Proses ini menekankan keperluan orientasi pelanggan sebagai falsafah sesebuah organisasi. Dengan menggunakan gambar-rajah bincangkan aktiviti-aktiviti yang berkaitan dengan perspektif ini?

[20 markah]

Pilih dan jawab DUA (2) soalan sahaja.

Soalan 3

"Strategi korporat sesebuah organisasi perlu sealiran (consistent) dengan objektif firma dan kesampaian (achievable) dengan sumber dan keupayaan yang ada. Ianya perlu mengambilkira peluang dan cabaran yang ada di dalam persekitaran". Bincangkan kebenaran pernyataan ini.

[20 markah]

...3/-

Soalan 4

Kedudukan (positioning) sesuatu produk bukanlah berasaskan ciri-ciri sebenar produk tersebut, tetapi bergantung kepada bagaimana firma membentuk kedudukan produk di kalangan sasaran pelanggan berpandukan perspektif firma. Bagaimanakah ini dapat dilakukan?

[20 markah]

Soalan 5

Andaikan anda seorang Pengurus Jenama di Lever Brothers (M) Sdn. Bhd. Anda mendapati prestasi produk jenama "Impulse" di dalam pasaran adalah tidak menggalakkan.

- (a) Bincangkan aspek-aspek pembaharuan boleh ambil untuk memperbaiki kedudukan produk.
- (b) Terangkan langkah-langkah dalam menghasilkan produk baru.

[20 markah]

---ooo000ooo---

