

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 : 2024/2025

DPM40083: CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 24 NOVEMBER 2024

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

SECTION A: 100 MARKS**BAHAGIAN A: 100 MARKAH****INSTRUCTION:**

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

ARAHAN:

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

QUESTION 1**SOALAN 1**

Consumer behaviour involves the study of how individuals, groups and organizations select, buy, use, and dispose of goods and services, ideas or experiences to satisfy their needs and wants.

Tingkah laku pengguna melibatkan kajian tentang bagaimana individu, kumpulan dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan melupuskan barangan dan perkhidmatan, idea atau pengalaman untuk memenuhi keperluan dan kehendak mereka.

- CLO1 (a) List **THREE (3)** factors that influence the growth of consumer behavior.
*Senaraikan **TIGA (3)** faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan gelagat pengguna.*
- [3 marks]
[3 markah]
- CLO1 (b) Explain **FOUR (4)** purchasing roles that consumers can perform in the buying decision-making process.
*Terangkan **EMPAT (4)** peranan pembelian yang boleh dijalankan pengguna dalam proses pembuatan keputusan pembelian.*
- [12 marks]
[12 markah]
- CLO1 (c) Write the first **TWO (2)** stages of the consumer's decision-making process when purchasing a smartphone in the correct order.
*Tuliskan **DUA (2)** peringkat pertama mengikut urutan dalam proses pembuatan keputusan pengguna bagi pembelian telefon pintar.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Define consumer learning.
Definisikan pembelajaran pengguna.
[3 marks]
[3 markah]
- CLO1 (b) Explain **FOUR (4)** elements in consumer learning.
*Terangkan **EMPAT (4)** elemen dalam pembelajaran pengguna.*
[10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (a) Families are referred to as individuals with mutual needs consisting of parents and children living together in a household. By providing suitable example, write **THREE (3)** functions of family that can influence consumer behaviour.
*Keluarga dirujuk sebagai suatu kumpulan yang saling memerlukan terdiri daripada ibu bapa dan anak-anak yang tinggal bersama dalam sesebuah isi rumah. Tuliskan **TIGA (3)** fungsi keluarga yang boleh mempengaruhi tingkah laku pengguna dengan memberikan contoh yang sesuai.*
[12 marks]
[12 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Consumer attitudes may be defined as an inner feeling of favorableness or unfavorableness towards a product or service offering. Explain **FIVE (5)** characteristics of attitudes.
*Sikap pengguna boleh ditakrifkan sebagai perasaan dalaman yang baik atau tidak baik terhadap penawaran produk atau perkhidmatan. Terangkan **LIMA (5)** ciri-ciri sikap.*
[10 marks]
[10 markah]

CLO1

- (b) Classical conditioning is a theory about a learning process discovered by Ivan Pavlov through his famous experiments with dogs. Assuming you are the marketing manager of a well-known cosmetic company, apply **THREE (3)** strategic applications of the classical conditioning theory that can be applied to your marketing strategy.

*Teori kondisi klasik adalah teori tentang proses pembelajaran yang ditemui oleh Ivan Pavlov melalui eksperimennya yang terkenal bersama anjing. Andaikan anda sebagai pengurus pemasaran bagi sebuah syarikat kosmetik terkenal, aplikasikan **TIGA (3)** aplikasi strategik teori kondisi klasik yang boleh digunakan dalam strategi pemasaran anda.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1

- (a) Outline **FIVE (5)** stages in the consumer decision making process for home purchase.

*Perincikan **LIMA (5)** peringkat proses pembuatan keputusan pengguna bagi pembelian rumah.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) Subculture is a distinct cultural group that exists as an identifiable segment within a larger, more complex society. As a marketing manager of a clothing manufacturing company, apply **FOUR (4)** major subcultures that can be used in market segmentation strategy.

*Subbudaya ialah kumpulan budaya berbeza yang wujud sebagai segmen yang boleh dikenal pasti dalam masyarakat yang lebih besar dan lebih kompleks. Sebagai pengurus pemasaran syarikat pembuatan pakaian, aplikasikan **EMPAT (4)** subbudaya utama yang boleh digunakan dalam strategi pembahagian pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (c) Kayla purchased a hair dryer online. Unfortunately, the specifications of the hair dryer she bought were not as advertised and it nearly damaged her hair. Kayla tried to seek explanations and feedback from the seller but was ignored. Based on the situation, determine any **FOUR (4)** consumer rights that Kayla can fight for to claim her rights as a consumer.
- Kayla telah membeli pengering rambut dalam talian. Malangnya, spesifikasi pengering rambut yang dibelinya tidak sama seperti yang diiklankan dan merosakkan rambutnya. Kayla cuba mendapatkan penjelasan dan maklum balas daripada penjual tetapi tidak diendahkan. Berdasarkan situasi tersebut, tentukan mana-mana **EMPAT (4)** hak pengguna yang boleh diperjuangkan oleh Kayla untuk menuntut haknya sebagai pengguna.*

[10 marks]

[10 markah]

END OF QUESTIONS
SOALAN TAMAT