

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 II : 2024/2025

DPM40083 : CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 18 MEI 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

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 berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

- | | |
|------|--|
| CLO1 | <p>(a) List THREE (3) consumer behaviour application in marketing.
 <i>Senaraikan TIGA (3) aplikasi tingkah laku pengguna dalam pemasaran.</i></p> <p style="text-align: right;">[3 marks]
[3 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Explain FOUR (4) types of adopters.
 <i>Terangkan EMPAT (4) jenis penerima inovasi.</i></p> <p style="text-align: right;">[12 marks]
[12 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(c) With brand new products constantly emerging, it can be hard to keep track of what things to sell in 2025. Once a new product comes out and is known as a success, the competition gets fierce. Write FIVE (5) new product characteristics that influence consumer acceptance.
 <i>Dengan produk baharu yang sentiasa muncul, mungkin sukar untuk memilih perkara yang ingin dijual pada tahun 2025. Apabila produk baharu keluar dan diketahui berjaya, persaingan akan menjadi sengit. Tuliskan LIMA (5) ciri-ciri produk baharu yang mempengaruhi penerimaan pengguna.</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |

QUESTION 2**SOALAN 2**

- | | |
|------|---|
| CLO1 | <p>(a) Define personality.
<i>Takrifkan personaliti.</i></p> <p style="text-align: right;">[3 marks]
[3 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(b) Explain FIVE (5) levels of the needs in Maslow's Hierarchy.
<i>Terangkan LIMA (5) tahap dalam Hierarki Keperluan Maslow.</i></p> <p style="text-align: right;">[10 marks]
[10 markah]</p> |
| CLO1 | <p>(c) Families are referred to as a group of 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.
<i>Keluarga dirujuk sebagai sekumpulan individu yang saling memerlukan terdiri daripada ibu bapa dan anak-anak yang tinggal bersama dalam sesebuah isi rumah. Dengan menyediakan contoh yang sesuai, tuliskan TIGA (3) fungsi keluarga yang boleh mempengaruhi tingkah laku pengguna.</i></p> <p style="text-align: right;">[12 marks]
[12 markah]</p> |

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Explain **FOUR (4)** elements of learning.
*Terangkan **EMPAT (4)** elemen pembelajaran.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (b) Liyana Rahim Attire Sdn.Bhd has successfully increased their sales by 15% for the Raya Edition Season 2025. Provide **FIVE (5)** external factors that influence consumer's perception towards their Raya Edition advertising.
*Liyana Rahim Sdn.Bhd telah berjaya meningkatkan jualan mereka sebanyak 15% untuk Edisi Raya Musim 2025. Sediakan **LIMA (5)** faktor luaran yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap pengiklanan Edisi Raya mereka.*
- [15 marks]
[15 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) Outline **FIVE (5)** stages in the consumer decision making process for a new shoe.
*Gariskan **LIMA (5)** peringkat proses pembuatan keputusan pengguna bagi pembelian kasut baru.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) In Malaysia, subculture refers to distinct cultural group within the broader Malaysian society. By understanding subcultures, marketers can tailor their strategies to meet the unique preferences, values and behaviors of different consumer groups. As a marketing manager of a fashion company, apply **FIVE (5)** major subcultures that can be used in market segmentation strategy.

*Di Malaysia, subbudaya merujuk kepada kumpulan budaya yang berbeza dalam Masyarakat Malaysia yang lebih luas. Dengan memahami subbudaya, pemasar boleh menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi keutamaan, nilai dan tingkah laku unik kumpulan pengguna yang berbeza. Sebagai pengurus pemasaran syarikat fesyen, aplikasikan **LIMA (5)** subbudaya utama yang boleh digunakan dalam strategi pembahagian pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

- CLO1 (c) Sofea recently purchased a pair of wireless earbuds from an electronic store. Unfortunately, after only a week, one of the earbuds stopped working and the specifications of the earbud that she bought were not as advertised. Sofea tried to seek explanations and feedback from the seller but was ignored. Based on the situation, determine any **FOUR (4)** consumer rights that Sofea can fight for to claim her rights as a consumer.

*Sofea baru-baru ini membeli sepasang fon telinga dari kedai elektrik. Malangnya, selepas hanya seminggu, salah satu fon telinga berhenti berfungsi dan spesifikasi fon telinga yang dibelinya tidak seperti yang diiklankan. Sofea cuba mendapatkan penjelasan dan maklum balas daripada penjual tetapi tidak diendahkan. Berdasarkan keadaan ini, tentukan mana-mana **EMPAT (4)** hak pengguna yang boleh diperjuangkan oleh Sofea untuk menuntut haknya sebagai pengguna.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT