

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2015

DPM 3033 : CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 7 APRIL 2016

MASA : 2.30 PM - 4.30 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Esei (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

INSTRUCTION:

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

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan esei. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO2
C1

a) Define **FOUR (4)** interdisciplinary study of consumer behavior.

Berikan definisi EMPAT (4) disiplin di dalam kajian gelagat pengguna.

[8 marks]
[8 markah]

CLO2
C2

b) Describe how a youth goes through the stages of adoption process in buying a LCD TV.

Jelaskan bagaimana seorang remaja melalui tahap-tahap dalam proses 'adoption' dalam pembelian sebuah televisyen LCD TV.

[10 marks]
[10 markah]

CLO2
C4

(c) Explain the theory of Motivation: McClelland Theory

Terangkan Teori Motivasi: McClelland Theory

[7 marks]
[7 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

Marketers have long tried to appeal to consumers in terms of their personality characteristics.

Pemasar telah sekian lama cuba memujuk melalui ciri personaliti pelanggan.

CLO2
C1

- a) Describe the **THREE (3)** nature of personality
Terangkan TIGA (3) ciri personaliti.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C2

- b) Explain the **THREE (3)** interacting systems (id, superego and ego) from the Freudian theory of personality.
Terangkan TIGA (3) sistem interaksi (id, superego dan ego) daripada teori personaliti Freudian.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C3

- c) Consumers tend to give different perception based on different personality. Interpret **TWO (2)** external factors (which are created by marketers) that influence the perception.
Persepsi pengguna yang berbeza adalah hasil dari personaliti yang berbeza. Huraikan DUA (2) faktor luaran (yang dicetuskan oleh pemasar) yang mempengaruhi persepsi.

[5 marks]

[5 markah]

QUESTION 3
SOALAN 3

CLO2
C2

- a) Differentiate between social class and social status.
Bezakan di antara kelas sosial dan status sosial.

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C3

- b) Explain the characteristics of culture.
Terangkan ciri-ciri budaya.

[10 marks]

[10 markah]

CLO2
C4

- c) Discuss the functions of family in terms of:
Bincangkan fungsi keluarga dari segi:

- i) Economic well being
Kesejahteraan ekonomi
- ii) Emotional support
Sokongan emosi
- iii) Suitable family lifestyle
Kesesuaian gayahidup keluarga

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

Consumerism as a social and economic order and ideology encourages the acquisition of goods and services in ever-increasing amounts

Kepenggunaan sebagai suatu susunan sosial, ekonomi dan ideologi yang menggalakkan perolehan barangan dan perkhidmatan dalam jumlah yang semakin meningkat.

CLO 3
C1

- a) Determine **FOUR (4)** factors that influence the development of consumerism.
Tentukan EMPAT (4) faktor yang mempengaruhi perkembangan konsumerism.

[12 marks]
[12 markah]

CLO 3
C3

- b) Discuss **FIVE (5)** consumer rights.
Bincangkan LIMA (5) hak-hak pengguna.

[10 marks]
[10 markah]

CLO 3
C4

- c) Explain the functions of government agencies in term of consumer protection.
Terangkan fungsi agensi kerajaan dari segi perlindungan pengguna.

[3 marks]
[3 markah]

SOALAN TAMAT