

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PENILAIAN ALTERNATIF

SESI DISEMBER 2020

DPM40083 : CONSUMER BEHAVIOUR

NAMA PENYELARAS KURSUS : LILIS SERI YANA SIRUN

KAEDAH PENILAIAN : PEPERIKSAAN ONLINE

**JENIS PENILAIAN : SOALAN ESEI BERSTRUKTUR
(2 SOALAN)**

TARIKH PENILAIAN : 7 JULAI 2021

TEMPOH PENILAIAN : I JAM

**LARANGAN TERHADAP PLAGIARISM (AKTA 174)
PELAJAR TIDAK BOLEH MEMPLAGIAT APA-APA IDEA,
PENULISAN, DATA ATAU CIPTAAN ORANG LAIN. PLAGIAT
ADALAH SALAH SATU PENYELEWENGAN AKADEMIK. SEKIRANYA
PELAJAR DIBUKTIKAN MELAKUKAN PLAGIARISM, PENILAIAN
BAGI KURSUS BERKENAAN AKAN DIMANSUHKAN DAN DIBERI
GRED F DENGAN NILAI MATA 0.**

**(RUJUK BUKU ARAHAN-ARAHAN PEPERIKSAAN DAN KAEDAH PENILAIAN (Diploma) EDISI 6,
JUN 2019, KLAUSA 17.3)**

SECTION A : 50 MARKS**BAHAGIAN A : 50 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **TWO (2)** essay structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi DUA (2) soalan esei berstruktur. Jawab semua soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

“In applying the Freudian’s theory, most consumer researchers believe that human drives are mostly unconscious, and that consumers may not be fully aware of the main reasons for their purchases. These may be a reflection or an extension of the consumers own personality.”

“Dalam menerapkan teori Freudian, kebanyakan penyelidik pengguna percaya bahawa penggerak manusia kebanyakannya di luar kesedaran mereka, dan pengguna mungkin tidak mengetahui sepenuhnya sebab utama pembelian mereka. Ini mungkin merupakan refleksi atau pengembangan personaliti pengguna.”

- (a) By referring to the above statement, determine **THREE (3)** structure of the mind in Freudian’s theory that reflect of the consumer’s own personality with suitable example.

Dengan merujuk kepada pernyataan di atas, tentukan TIGA (3) struktur minda di dalam Teori Freudian yang merupakan cerminan personality pengguna dengan contoh yang bersesuaian.

[9 marks]

[9 markah]

Please refer to *Figure1* below and answer all the related questions.

Sila rujuk gambar 1 di bawah dan jawab semua soalan berkaitan.

CLO1
C4



Figure 1

Source: <https://simplysiti.com.my/browse-all/skincare/anti-aging-firming/anti-aging-range/new-age-regenerating-serum/>

CLO1
C4

(b) Illustrate **FOUR (4)** internal factors that influence perception applied by marketers.

Terangkan **EMPAT (4)** faktor dalaman yang mempengaruhi persepsi yang diterapkan oleh pemasar.

[16 marks]
[16 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

By referring to *Figure 2* below, answer all the related questions.

Dengan merujuk gambar 2 di bawah, jawab semua soalan berkaitan.



Picture A

Picture B

Figure 2

Source: <https://www.pinterest.com/youarenatural/misleading-adverts/>

CLO1
C4

- (a) Analyze the factors influencing the development of consumerism suitable to each picture.

Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan kepenggunaan yang sesuai pada setiap gambar.

[10 marks]
[10 markah]

“The halal market is no longer exclusive to Muslim consumers as the demand is also from non-Muslim communities who acknowledge the qualities in halal products and services. The demand for halal is not only confined to food and beverages. Muslim consumers are also looking for halalness in their fashion, tourism, pharmaceuticals, cosmetics, media and entertainment as well as other service sectors, such as logistics and financing.”

“Pasaran halal tidak lagi eksklusif untuk pengguna Muslim kerana permintaannya juga daripada masyarakat bukan Islam yang mengakui kualiti produk dan perkhidmatan halal. Permintaan halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman. Pengguna Muslim juga mencari kehalalan dari segi fesyen, pelancongan, farmasi, kosmetik, media dan hiburan serta sektor perkhidmatan lain, seperti logistik dan pembiayaan.”

CLO1
C4

- (b) By referring to the above situation, figure out **FIVE (5)** consumer rights towards halal products offered by marketers.

*Dengan merujuk kepada situasi di atas, huraikan **LIMA (5)** hak pengguna terhadap produk halal yang ditawarkan oleh pemasar.*

[15 marks]
[15 markah]

SOALAN TAMAT