

SECTION ESSAY : 100 MARKS

BAHAGIAN ESSAY : 100 MARKAH

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

- | | | |
|------------|---|---------------------------|
| CLO1
C1 | (a) Define the following :
<i>Berikan definisi berikut :</i> | |
| | i. Consumer behavior
<i>Gelagat Pengguna</i> | [3 marks]
[3 markah] |
| | ii. De'marketing
<i>De'marketing</i> | [3 marks]
[3 markah] |
| CLO1
C2 | (b) Differentiate between buyer and consumer.
<i>Bezakan antara pembeli dan pengguna.</i> | [4 marks]
[4 markah] |
| CLO1
C2 | (c) In accordance with the importance and application of consumer behavior, explain any THREE (3) factors that influence the growth of consumer behavior.
<i>Selaras dengan kepentingan dan aplikasi gelagat pengguna, terangkan mana-mana TIGA (3) faktor yang mempengaruhi perkembangan gelagat pengguna.</i> | [15 marks]
[15 markah] |

SULIT

POLITEKNIK
Jabatan Pengajian Politeknik

BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2013

PM501 – CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 31 OKTOBER 2013

TEMPOH : 2 JAM (11:15 AM – 1:15PM)

Kertas ini mengandungi **EMPAT (4)** halaman bercetak.

Bahagian A: Esei (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

QUESTION 4

SOALAN 4

Consumerism issues either on business or marketing practices are reported almost everyday by the media.

Boleh dikatakan setiap hari isu kepenggunaan samada di dalam perniagaan atau pemasaran dilaporkan oleh pihak media.

- CLO3 C1 (a) Define consumerism. [3 marks]
Takrifkan kepenggunaan. [3 markah]
- CLO3 C1 (b) List **TWO (2)** examples of unfair marketing practices [2 marks]
Senaraikan DUA (2) contoh amalan pemasaran yang tidak adil [2 markah]
- CLO3 C2 (c) Describe the following functions of those agencies as below:
Jelaskan fungsi agensi-agensi berikut:
- i. Federation of Malaysian Consumers' Association (FOMCA) [5 marks]
Persekutuan Persatuan Pengguna Malaysia (FOMCA) [5 markah]
- ii. Consumers Association of Penang [5 marks]
Persatuan Pengguna Pulau Pinang [5 markah]
- CLO3 C4 (d) Explain any **TWO (2)** issues related to consumerism in Malaysia. [10 marks]
Terangkan mana-mana DUA (2) isu yang berkaitan dengan kepenggunaan di Malaysia. [10 markah]

SOALAN TAMAT

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO 1
C1

- (a) Define what is consumer decision making.

Apakah definisi pembuatan keputusan pengguna.

(4 marks)

(4 markah)

CLO 2
C2

- (b) Describe
- FIVE (5)**
- stages IN consumer decision making model.

Huraikan LIMA (5) tahap dalam model pembuatan keputusan pengguna.

(15 marks)

(15 arkah)

CLO 2
C2

- (c) Explain
- TWO (2)**
- types of adopters on new products and services.

Huraikan DUA (2) jenis 'adopter' ke atas produk dan perkhidmatan baru.

(6 marks)

(6 markah)

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO 1
C2

- (a) Explain
- TWO (2)**
- dynamics of motivation.

Huraikan DUA (2) keadaan yang menunjukkan motivasi adalah dinamik.

(10 marks)

(10 markah)

CLO 1
C1

- b) What is the meaning of 'Personality'?

Apakah yang dimaksudkan dengan 'Personaliti'?

(3 Marks)

(3 Markah)

CLO 2
C2

- c) Explain Freudian Theory which consists of three stages as below: the id, superego and the ego.

Terangkan mengenai Teori Freudian yang mengandungi tiga peringkat iaitu : id, ego

dan superego.

(12 Marks)

(12 markah)