

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang 1992/93

Oktober/November, 1992

AMP301 - PERLAKUAN PENGGUNA

Masa: [3 JAM]

ARAHAN

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi LIMA muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Jawab EMPAT soalan sahaja. Soalan 1 adalah WAJIB dan pilih TIGA soalan yang lain.

Soalan 1 (WAJIB)

(a) Apakah model multiatribut?

[2 markah]

(b) Berikan ciri-ciri penting bagi model sikap multiatribut Fishbien.

[10 markah]

(c) Terangkan dengan ringkas bagaimana model tersebut telah diubahsuai berdasarkan teori alasan-tindakan.

[5 markah]

(d) Pertimbangkan hasil kajian berasaskan model multiatribut oleh Fishbien bagi set TV yang berikut:

<u>Atribut</u>	<u>Penilaian</u>	<u>Kepercayaan jenama</u>
Gambar yang jelas	+3	+2
Harga rendah	+2	-1
Tahan lama	+3	+1
Kabinet yang menarik	+1	+3

...2/-

- (i) Kirakan jumlah skor bagi sikap terhadap set TV tersebut.
[5 markah]
- (ii) Kirakan skor maksimum yang boleh diperolehi oleh suatu jenama dengan penilaian atribut yang diberikan.
[5 markah]
- (e) (i) Dengan menggunakan hasil kajian model multiatribut, di atas, tentukan semua perubahan yang mungkin dibuat untuk meningkatkan sikap terhadap jenama.
[10 markah]
- (ii) Perubahan manakah yang akan membawa kepada peningkatan sikap yang paling tinggi?
[3 markah]

Soalan 2

Pilih satu contoh produk yang berada dalam kategori penglibatan-rendah. Andaikan anda sedang memperkenalkan satu jenama baru dalam kategori ini. Terangkan satu strategi untuk meningkatkan penglibatan pengguna dengan jenama tersebut.

ATAU

Bandingkan dan bezakan secara ringkas, teori pembelajaran pasif oleh Krugman, teori pengadilan sosial oleh Sherif dan model 'Elaboration likely' (ELM) oleh Petty dan Cacioppo. Bincangkan implikasi-implikasi yang strategik bagi memasarkan barangan penglibatan-rendah.

[20 markah]

Soalan 3

Bincangkan proses penyelidikan yang digunakan oleh anda dalam projek perlakuan pengguna anda. Nyatakan penemuan penting dari penyelidikan itu.

[20 markah]

...3/-

Soalan 4

(a) Apakah inovasi?

[2 markah]

(b) Terangkan jenis-jenis inovasi.

[5 markah]

(c) Berikan satu contoh bagi setiap jenis inovasi tersebut.

[3 markah]

(d) Bincangkan proses penyebaran inovasi.

ATAU

Bincangkan secara ringkas bagaimana syarikat-syarikat cuba mempengaruhi kadar penyebaran dan 'adoption' melalui strategi-strategi pemasaran yang tertentu.

[10 markah]

Soalan 5

Kejanggalan (dissonance) kadangkala dihasilkan dari proses pembuatan keputusan pengguna. Jelaskan satu contoh pembelian yang telah anda buat yang menghasilkan kejanggalan selepas pembelian. Apakah kaedah yang anda gunakan untuk mengurangkan kejanggalan ini?

Maklumat berikut mungkin berguna untuk anda menyusun dan menerangkan pengalaman anda.

Keadaan yang mungkin menghasilkan kejanggalan adalah seperti berikut:

(a) Kejanggalan telah melebihi tahap minimum yang boleh dipertimbangkan.

(b) Tindakan itu tidak boleh diubah lagi.

...4/-

AMP301

- (c) Alternatif yang tidak dipilih mempunyai ciri-ciri yang diinginkan.
- (d) Terdapat beberapa alternatif yang boleh diterima.
- (e) Individu itu bertanggungjawab kepada keputusannya secara psikologi.
- (f) Alternatif yang ada tidak sama secara kualitatif iaitu setiap satu mempunyai ciri-ciri unik yang diinginkan.
- (g) Tanggapan dan pemikiran tentang alternatif yang tidak dipilih telah dibuat di atas kerelaan sendiri tanpa tekanan dari luar.

Penyelesaian kejanggalan boleh dilakukan dengan strategi berikut:

- (i) Menilai semula alternatif yang dipilih untuk meningkatkan tanggapan bahawa ianya lebih menarik dan alternatif yang tidak dipilih itu sebenarnya tidak diinginkan.
- (ii) Menilai semula alternatif dan menanggapi bahawa semua alternatif adalah hampir sama.
- (iii) Mencari maklumat selepas membuat keputusan belian untuk menyakinkan bahawa pilihan itu adalah tepat.

[20 markah]

Soalan 6

- (a) Dalam keadaan bagaimanakah komunikasi "mulut ke mulut" (mouth-to-mouth) merupakan pengaruh yang paling penting kepada tingkahlaku pengguna?

[3 markah]

- (b) Dalam keadaan yang bagaimana pula jenis komunikasi yang lain iaitu:

- (i) Periklanan
- (ii) Jualan personal
- (iii) Sumber yang adil atau kerajaan.

lebih berpengaruh daripada "mulut ke mulut".

[9 markah]

...5/-

AMP301

- (c) Apakah peranan 3 jenis komunikasi "mulut ke mulut" (mouth-to-mouth) iaitu berita barangan, pengalaman barangan dan proses keputusan pengguna?

ATAU

Apakah had-had model aliran dua peringkat (two-step-flow) dalam komunikasi 'word-of-mouth'? Apakah bukti-bukti yang menyokong model komunikasi pelbagai-peringkat (multi-step)?

[8 markah]

---ooo000ooo---