

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang 1988/89

Mac/April 1989

AMP 301 - Perlakuan Pengguna

Masa : [3 Jam]

---

Jawab EMPAT soalan sahaja. Soalan No: 1 adalah wajib. Pilih dan jawab TIGA soalan lagi daripada No: 2, 3, 4, ATAU 5.

Soalan Wajib

1. Di dalam proses mengujudkan kesetiaan jenama di kalangan pengguna, ahli pemasaran perlu membentuk persepsi yang positif tentang sesuatu keluaran mereka. Berasaskan kajian Bruner bincangkan bagaimana persepsi dapat dibentuk dan kaitkannya dengan proses pembuatan keputusan oleh pengguna.

[25 markah]

Soalan Pilihan

2. Syarikat Yeo Hiap Seng (M) Bhd sedang merancang ujian pasaran produk baru mereka, Soup di dalam tin, di Negeri Thailand. Apakah aspek-aspek perlakuan pengguna yang harus dipentingkan dan bagaimanakah orang-orang Thai berbeda daripada masyarakat Malaysia di dalam aspek-aspek yang tersebut?

[25 markah]

83

...2/-

~~85~~

3. Dengan mengemukakan contoh, bincangkan jenis-jenis konflik yang berkemungkinan di alami oleh individu pengguna. Apakah bentuk strategi yang boleh digunakan oleh ahli pemasaran untuk mengurangkan situasi konflik ini?

[25 markah]

4. Lever Brothers (M) Bhd telah bertahun-tahun cuba menerokai pasaran ubat gigi di Malaysia di bawah jenama "Close-UP". Namun begitu pasaran yang sudah begitu lama terdedah kepada jenama "Colgate" daripada Syarikat Colgate dan Pamolive menyebabkan masyarakat Malaysia mempunyai sikap yang mendalam terhadap jenama tersebut. Sebagai pengurus jenama "Close-Up" cadangkan kepada pengarah urusan anda bagaimanakah sikap masyarakat Malaysia dapat diubah.

[25 markah]

5. Bincangkan bagaimanakah sains tingkah laku dapat membantu "marketers" dalam kefahaman tingkah laku pengguna.

[25 markah]

6. Kemukakan perbandingan asas di antara teori pembelajaran tingkah laku dan teori pembelajaran kognitif. Bincangkan penemuan-penemuan yang diperolehi daripada kedua-dua teori ini, dan bagaimanakah ianya boleh diterapkan ke dalam strategi pemasaran.

[25 markah]

-- oooo000oooo --