

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang 1990/1991

Oktober/November, 1990

AMP 301 - Perlakuan Pengguna

Masa: [3 jam]

ARAHAN

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

Jawab soalan SATU dari Bahagian A (WAJIB) dan TIGA soalan dari Bahagian B. Jumlah soalan yang perlu dijawab ialah EMPAT. Semua jawapan hendaklah diberikan dalam Bahasa Malaysia.

BAHAGIAN A - (5 markah)

1. Pilih dan jawab LIMA soalan sahaja.

Tuliskan nota-nota ringkas berkenaan:

- (i) Pembelajaran kognatif
- (ii) Cues (petunjuk/isyarat)
- (iii) Risiko yang ditanggapi (perceived risk)
- (iv) Retrospektif (retrospection)
- (v) Peningkatan (retention)
- (vi) Ingatan jangka panjang dan jangk pendek
- (vii) Teori Pavlov
- (viii) J.n.d. (just noticeable difference)
- (ix) Sikap

...2/-

- (x) Stimulus response theory
- (xi) Personaliti dan konsep diri

[25 markah]

BAHAGIAN B

Jawab TIGA soalan sahaja.

2. Strategi-stretegi pemasaran adalah berdasarkan kepada perbezaan produk (product differentiation) atau segmentasi pasaran. Apakah jenis-jenis segmentasi yang utama? Bolehkah kita menggunakan keputusan-keputusan yang diperolehi dari nilai dan cara hidup manusia (VALS) untuk mensegmentasikan pasaran? Jika boleh, bincangkan bagaimana VALS boleh menjadi petunjuk bagi mensegmentasikan pasaran.

[25 markah]

3. Teori pembelajaran merupakan komponen yang sangat penting dalam kajian Perlakuan Pengguna. Adakah pembelajaran memberi kesan kepada keputusan pembelian bagi produk-produk berpenglibatan rendah (low involvement products)? Kaitkan komponen-komponen pembelajaran dalam perbincangan anda.

[25 markah]

4. Tanggapan dan motivasi adalah 2 pengaruh utama dalam pembelajaran dan penyelesaian masalah pengguna. Bincangkan aspek-aspek tanggapan yang berbeda sebagai komponen perilaku.

[25 markah]

...3/-

5. Syarikat-syarikat pemasaran boleh mengubah sikap-sikap pengguna dengan menggunakan teknik-teknik promosi. Bincangkan apakah appeal-appeal yang digunakan oleh pemasar untuk menukar sikap dan keinginan pengguna dalam perlakuan mereka?

[25 markah]

6. Proses pembuatan keputusan boleh dibahagikan kepada 2 peringkat utama:
- (a) sebelum pembelian
 - (b) selepas pembelian

Pada pendapat anda, adakah keputusan-keputusan selepas pembelian sipengguna tentang kepuasan (satisfaction) dan dissonan patut diambil berat oleh seorang pengurus pemasaran? Apakah perbezaan diantara ketidakpuasan (dissatisfaction) dengan dissonan?

[25 markah]

---ooo000ooo---