

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama  
Sidang Akademik 1994/95

Oktober/November 1994

AMP301 - PERLAKUAN PENGGUNA

Masa: [3 jam]

---

ARAHAN

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

Jawab Soalan 1 (WAJIB) dan TIGA soalan yang lain.

1. "Perlakuan pengguna sepatutnya dilihat dari perspektif sains tulen".  
Adakah anda bersetuju? Bincangkan.  
[25 markah]
  
2. (a) Jelaskan tentang konsep dan komponen lanjutan sendiri (extended self).  
[10 markah]
  
- (b) Bagaimanakah setiap tahap lanjutan sendiri (extended self) dapat dihubungkan dengan strategi pemasaran?  
[15 markah]
  
3. (a) Huraikan mana-mana tiga model membuat keputusan yang sering digunakan bagi menerangkan proses pembelian pengguna.  
[15 markah]
  
- (b) Apakah yang dimaksudkan dengan swakaji membuat keputusan (heuristic decision-making)?  
[5 markah]

...2/-

- (c) Beri keterangan tentang swakaji (heuristic) tipikal yang sering digunakan dalam proses membuat keputusan.

[5 markah]

4. "Syarikat Motorola mendapati komunikasi bergerak (mobile communication) bukan merupakan ciri utama bagi penggunaan telefon bimbit. Lantaran itu satu kempen pengiklanan perlu dibuat bagi menunjukkan kepentingan kemudahan ini kepada pengguna."

- (a) Apakah kebaikan dan kelemahan strategi berkenaan?

[10 markah]

- (b) Di dalam keadaan bagaimanakah strategi ini akan berjaya untuk menarik pembelian pengguna?

[15 markah]

5. "Beberapa penyelidik berpendapat terlalu banyak penekanan kepada pengaruh normatif kumpulan dipaparkan di dalam iklan."

- (a) Dalam situasi bagaimanakah pihak pengiklan perlu memberi tumpuan kepada pengaruh maklumat (informational influence) berbanding dengan pengaruh normatif (normative influence)?

[10 markah]

- (b) Dengan menggunakan contoh, huraikan jenis barangan yang dibeli berdasarkan kepada pengaruh maklumat, pengaruh perbandingan dan pengaruh normatif.

[15 markah]

6. (a) Bezakan di antara nilai budaya, gaya-hidup, dan nilai khas barangan (product-specific values).

[9 markah]

- (b) Bagaimanakah nilai budaya, nilai khas barangan dan gaya-hidup boleh mempengaruhi pembelian ketuvar gelombang mikro (microwave oven) di kalangan masyarakat Malaysia?

[16 markah]