

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang Akademik 2009/2010

November 2009

**AMW343 – Penyelidikan Pemasaran
[Marketing Research]**

Masa: 2 jam
[Duration: 2 hours]

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

*[Please check that this examination paper consists of **FIVE** pages of printed material before you begin the examination.]*

Arahan: Jawab **TIGA (3)** soalan. Soalan 1 daripada Bahagian A adalah **WAJIB**. Pilih dan jawab mana-mana **DUA (2)** soalan daripada Bahagian B.

[Instructions: Answer **THREE (3)** questions. Question 1 from Section A is **COMPULSORY**. Choose and answer any **TWO (2)** questions from Section B.]

“Sekiranya terdapat sebarang percanggahan pada soalan peperiksaan, versi Bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.”

[“In the event of any discrepancies, the English version shall be used”.]

Soalan 1/Question 1 (50 marks/marks)

Anda ialah seorang konsultan kualiti perkhidmatan dari syarikat Konsultan Bersatu. Baru-baru ini anda telah terlibat dalam satu mesyuarat dengan ketua-ketua eksekutif syarikat bersaiz kecil dan sederhana pembekal komponen pencetak elektronik. Pada sesi terakhir mesyuarat tersebut seorang daripada eksekutif telah membangkitkan persoalan tentang kepuasan pengguna dan hubungan tanggapan pengguna dengan imej syarikatnya. Ketua eksekutif itu bertanya,

-Bagaimana kami boleh mengetahui samada pelanggan berpuashati degan kualiti produk dan perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat kami?ø

Seterusnya, anda telah menekankan bahawa ketua eksekutif tersebut perlu mengumpulkan data berkenaan melalui *proses penyelidikan pemasaran*.

You are a consultant from United Consultancy services. Recently you were involved in a meeting with executive managers of small and medium size companies who are the suppliers for the components in elektronik printers. During the last session of the meeting, one of the executives voiced out the concern about customer satisfaction and its effect on customers perception and the image of his company. He asked the question,

'How can we know that the customers are satisfied wirth the quality of the products and services that we offer?'

Consequently, you emphasized that the chief executive need to collect data through a marketing research process.

Berdasarkan senario ini kamu dikehendaki untuk:

Referring to this scenario you are required to:

- (a) Terangkan definisi penyelidikan pemasaran dan kepentingannya dengan pengurusan perhubungan pelanggan.

Explain the definition of marketing research and its importance to customer relationship management (CRM).

[10 markah/marks]

- (b) Bagaimanakah dengan memahami fakta tentang kepuasan pelanggan boleh membantu pengurus merancang pelan pemasaran dengan lebih baik? Berikan contoh-contoh yang sesuai.

Explain how can the understanding about customer satisfaction can help the managers to manage the marketing plan better. Give suitable examples.

[10 markah/marks]

yang terlibat dalam empat fasa penyelidikan pemasaran
laksanakan penyelidikan yang diminta oleh pengurus
tersebut.

*Explain all the steps involved in all the four phases of marketing research if you
were to conduct the marketing research as requested by the manager.*

[30 markah/marks]

Bahagian B: Pilih dan jawab mana-mana DUA (2) soalan.
Section B: Choose and answer any TWO (2) questions.

Soalan 2/Question 2 (25 markah/marks)

Terangkan apakah:

Explain the following:

- (a) Kelebihan dan kekurangan data sekunder.

The advantages and disadvantages of secondary data.

[5 markah/marks]

- (b) Perbezaan di antara penyelidikan kualitatif dan kuantitatif dan apakah kemahiran yang di perlukan bagi menjalankan kedua-dua penyelidikan tersebut.

The differences between qualitative and quantitative research and what are the skills needed to conduct each type of research.

[5 markah/marks]

- (c) Kriteria yang perlu ada bagi seorang moderator dalam satu kumpulan fokus dan tujuan penggunaan garis panduan moderator.

The criteria needed for a moderator in a focus group and the role of moderator's guide.

[5 markah/marks]

- (d) Terangkan tiga langkah dalam analisis data kualitatif.

Explain the three steps in qualitative data analysis.

[5 markah/marks]

- (e) Jenis-jenis pemerhatian yang boleh dibuat oleh penyelidik.

All the types of observation that can be conducted by a researcher.

[5 markah/marks]

- (a) Terangkan terma-terma berikut: (5 marks)

Explain the following:

- (i) persampelan.
sampling.
- (ii) kerangka persampelan.
sampling frame.
- (iii) kesalahan persampelan.
sampling error.
- (iv) persampelan rawak.
random sampling.

[5 markah/marks]

- (b) Apakah sifat-sifat yang ada pada skala pengukuran? Bandingkan empat sifat ini dengan empat jenis skala pengukuran yang ada.

What are the properties pertaining to the measurement scale? Compare the four properties with the four types of measurement scale.

[10 markah/marks]

- (c) Borang soalselidik adalah sangat penting di dalam proses penyelidikan. Terangkan konsep rekabentuk soal selidik menurut tataras pasu bunga. Terangkan bahagian-bahagian penting di dalam tataras ini.

The questionnaire form is very important in any research process. Please explain the concept of questionnaire design according the flower pot approach. Explain the important parts in this approach.

[10 markah/marks]

(marks)

- (a) Apakah perbezaan antara pengesahan data, pembetulan data dan pengekodan data?

What are the differences between data validation, data editing and data coding?

[5 markah/marks]

- (b) Terangkan bagaimana untuk membuat analisis hipotesis menggunakan statistik satu angkubah dan pelbagai angkubah.

Describe how to test hypotheses using univariate and bivariate statistics.

[10 markah/marks]

- (c) Terangkan bilakah dan bagaimanakah penyelidik menggunakan analisis regresi?

Explain when and how to use regression analysis.

[5 markah/marks]

- (d) Bagaimanakah analisis kluster berbeza dengan analisis faktor? Berikan satu contoh bagaimanakah analisis kluster digunakan di dalam penyelidikan pemasaran.

How does cluster analysis differ from factor analysis? Give an example of how cluster analysis is used in marketing research.

[5 markah/marks]