

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Pertama
Sidang 1995/96

Oktober/November 1995

AMP301 - PERLAKUAN PENGGUNA

Masa: [3 jam]

ARAHAN

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

Jawab **EMPAT (4)** soalan sahaja. Soalan 1 adalah **WAJIB** dan pilih **TIGA (3)** soalan lain.

Soalan 1 (WAJIB)

(a) Huraikan bagaimanakah faktor-faktor situasi dapat mempengaruhi darjah ketekalan (consistency) di antara sikap dengan perlakuan?

[5 markah]

(b) Sebuah syarikat pengeluar perakam video (VCR) menjalankan satu kajian pengguna dengan menggunakan model Fishbein dan memperoleh maklumat-maklumat berikut (skor purata):

<u>Atribut</u>	<u>Penilaian atribut</u>	<u>Kepercayaan jenama</u>
Gambar yang jelas	+3	+2
Talian kabel disediakan	+3	-1
Harga rendah	+1	+1
Tahan lama	+2	+3
Canggih	+1	+3

(i) Buat pengiraan tentang skor keseluruhan bagi produk di atas.

[5 markah]

...2/-

- (ii) Buat pengiraan tentang jumlah skor maksimum yang akan diperolehi oleh produk berkenaan berdasarkan penilaian atribut.

[5 markah]

- (iii) Bincangkan tanggapan pengguna mengenai kebaikan dan keburukan produk di atas dan implikasi pemasaran bagi produk berkenaan.

[10 markah]

Jawab TIGA (3) soalan sahaja.

Soalan 2

- (a) "Pemasar tidak mewujudkan keperluan; ianya tersedia ada pada pengguna". Beri pendapat anda tentang kenyataan ini.

[10 markah]

- (b) Keperluan pengguna biasanya terpendam dan berada pada paras tidak sedar. Apakah faktor-faktor yang membangkitkan keperluan-keperluan pengguna pada paras ini. Berikan contoh bagaimana penyediaan satu iklan alat-solek yang mampu membangkitkan keperluan yang terpendam dalam diri pengguna.

[15 markah]

Soalan 3

- (a) Walaupun diketahui umum bahawa tidak ada dua individu yang mempunyai personaliti yang sama, namun personaliti sering digunakan dalam kajian pengguna bagi mengenalpasti segmen pengguna untuk tujuan pemetakan pasaran. Berikan penilaian anda tentang kenyataan ini.

[10 markah]

- (b) Huraikan struktur yang membezakan personaliti di antara mereka yang gemar membeli barangan luar negeri dengan mereka yang membeli barangan buatan Malaysia. Dengan menggunakan skala ethnosentrisme (ethnocentrism scale), bagaimanakah personaliti boleh dijadikan sebagai asas untuk membahagi-bahagikan segmen pengguna?

[15 markah]

...3/-

Soalan 4

- (a) "Keluarga bukan individu, sepatutnya dijadikan unit analisis dalam kajian perlakuan pengguna". Bincangkan.

[10 markah]

- (b) Dalam pembelian set televisyen, bagaimanakah faktor-faktor berikut dapat mempengaruhi proses membuat keputusan antara suami dan isteri:

- (i) ciri-ciri barangan;
- (ii) peranan ahli keluarga;
- (iii) tahap-tahap dalam proses membuat keputusan.

[15 markah]

Soalan 5

- (a) Kenapakah pengaruh kumpulan rujukan (reference group influence) merupakan satu kaedah yang berpotensi dalam aktiviti pemujukan pemasaran? Bagaimanakah kita dapat menentukan bahawa pengaruh kumpulan rujukan adalah faktor penting dalam keputusan pembelian individu?

[10 markah]

- (b) Bincangkan alasan-alasan yang boleh meningkatkan keberkesanan "house shopping party" sebagai alat penjualan. Apakah faktor-faktor yang boleh membantutkan keberkesanan usaha ini?

[10 markah]

- (c) Komunikasi mulut-ke-mulut (word-of-mouth) adalah lebih berkesan dari pengiklanan. Bincangkan.

[5 markah]

---ooo000ooo---

