



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PERDAGANGAN

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2025/2026

DPM40113 : CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 10 MEI 2026

MASA : 8.30 PAGI - 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **ENAM (6)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

TERBUKA

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1

- (a) Describe **THREE (3)** disciplines that contribute to the interdisciplinary study of consumer behavior.

*Huraikan **TIGA (3)** disiplin yang menyumbang kepada kajian antara disiplin tingkah laku pengguna.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (b) Tealive is a rapidly growing local beverage brand established in 2017, known for its wide range of innovative drinks that popular among Malaysian youth. Examine **THREE (3)** factors that influence the growth of consumer behavior at Tealive in order to understand their purchasing decision.

Tealive ialah jenama minuman tempatan yang berkembang pesat sejak ditubuhkan pada tahun 2017, dan dikenali dengan pelbagai minuman inovatif yang digemari oleh golongan belia di Malaysia.

*Kaji **TIGA (3)** faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tingkah laku pengguna di Tealive bagi memahami keputusan pembelian mereka.*

[9 marks]

[9 markah]

TERBUKA

- (c) Consumer behavior plays a critical role in shaping marketing strategies. Analyze **FOUR (4)** bases of market segmentation.

*Tingkah laku pengguna memainkan peranan penting dalam membentuk strategi pemasaran. Analisa **EMPAT (4)** asas segmentasi pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1

- (a) Explain any **TWO (2)** of the purchasing roles that involved in consumer behavior.

*Terangkan mana-mana **DUA (2)** peranan pembelian yang terlibat dalam tingkah laku pengguna.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) A company introduces an innovative electric scooter to the market. Potential customers firstly become aware of the product, evaluate its benefits, and then decide whether to buy it. Use the **FIVE (5)** stages of the adoption process to explain this consumer behaviour.

*Sebuah syarikat memperkenalkan sebuah skuter elektrik yang inovatif ke dalam pasaran. Pelanggan berpotensi pada permulaannya akan menyedari kewujudan produk tersebut, kemudian menilai manfaat dan kelebihannya, dan seterusnya membuat keputusan sama ada untuk membelinya atau tidak. Gunakan **LIMA(5)** peringkat proses penerimaan untuk menerangkan tingkah laku pengguna ini.*

TERBUKA

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- (c) A local company launches a food delivery application that allows users to place orders and make payments online. Analyse the differences in responses between 'early adopters' and 'late adopters' towards the use of the application.

Sebuah syarikat tempatan melancarkan aplikasi penghantaran makanan yang membolehkan pengguna membuat pesanan dan bayaran secara dalam talian.

Analisis perbezaan tindak balas antara 'penerima awal' dan 'penerima lewat' terhadap penggunaan aplikasi tersebut.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO1

- (a) List **FIVE (5)** Maslow Hierarchy Theory.

*Senaraikan **LIMA (5)** Teori Hirarki Maslow.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- (b) Discuss **FOUR (4)** elements in consumer learning.

*Bincangkan **EMPAT (4)** elemen dalam pembelajaran pengguna.*

[10 marks]

[10 markah]

TERBUKA

CLO1

- (c) The attitude is a learned predisposition to behave in a consistently favorable or unfavorable way with respect to a given object. Marketers should know the best attitude strategies used to market their product or service. Based on the above statement, apply **FIVE (5)** strategies of attitude change.

*Sikap ialah kecenderungan yang dipelajari untuk berkelakuan secara konsisten dengan cara yang dikehendaki dan merujuk kepada tertentu. Pemasar harus mengetahui strategi sikap terbaik untuk digunakan bagi memasarkan produk atau perkhidmatan mereka. Berdasarkan kenyataan di atas, aplikasi **LIMA (5)** strategi perubahan sikap.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- (a) Describe **THREE (3)** functions of family.

*Huraikan **TIGA (3)** fungsi keluarga.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (b) A consumer purchase a smart watch from an online store. After using it for two days, the watch battery drains very quickly and some features do not function as advertised. The seller refuses to provide a refund or replacement. Based on the situation above, explain **THREE (3)** consumer rights.

*Seorang pengguna membeli jam pintar daripada sebuah kedai dalam talian. Selepas menggunakannya selama dua hari, bateri jam tersebut cepat habis dan beberapa cirinya tidak berfungsi seperti yang diiklankan. Penjual enggan memberikan bayaran balik atau penggantian. Berdasarkan situasi di atas, jelaskan **TIGA (3)** hak pengguna.*

TERBUKA

[9 marks]

[9 markah]

CLO1

- (c) Determine **FOUR (4)** major subcultures that influence consumer behavior in Malaysia.

*Tentukan **EMPAT (4)** subbudaya utama yang mempengaruhi tingkah laku pengguna di Malaysia.*

TERBUKA

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT