

SULIT



**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 I : 2025/2026

DPM40113 : CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 01 DISEMBER 2025

MASA : 8.30 PAGI – 10.30 PAGI (2 JAM)

Kertas soalan ini mengandungi **LIMA (5)** halaman bercetak.

Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

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) List **FIVE (5)** factors that influence growth of consumer behaviour.
*Senaraikan **LIMA (5)** faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tingkah laku pengguna.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Describe **FOUR (4)** interdisciplinary studies of consumer behaviour.
*Huraikan **EMPAT (4)** kajian antara disiplin mengenai tingkah laku pengguna.*
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) A clothing company in Malaysia plans to expand its market. Explain how the company can apply any **TWO (2)** types of market segmentation in its marketing strategy.
*Sebuah syarikat pakaian di Malaysia merancang untuk meluaskan pasaran mereka. Terangkan bagaimana syarikat tersebut boleh menggunakan mana-mana **DUA (2)** jenis segmentasi pasaran dalam strategi pemasarannya.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) Purchasing role refers to the various roles individuals or groups play in the decision-making process when acquiring goods or services. Interpret **FIVE (5)** purchasing roles.
- Peranan pembelian merujuk kepada pelbagai peranan yang dimainkan oleh individu atau kumpulan dalam proses membuat keputusan apabila memperoleh barangan atau perkhidmatan. Terjemahkan **LIMA (5)** peranan pembelian.*
- [5 marks]
[5 markah]
- CLO1 (b) Write how marketers can influence consumers based on the two stages in consumer decision making.
- Tuliskan bagaimana pemasar boleh mempengaruhi pengguna berdasarkan pada dua peringkat keputusan pengguna.*
- i. Information Search
Pencarian Maklumat
 - ii. Evaluation of Alternatives
Penilaian Alternatif
- [10 marks]
[10 markah]
- CLO1 (c) Write **FIVE (5)** new product characteristics that influence consumer acceptance.
- Tuliskan **LIMA (5)** ciri-ciri produk baru yang boleh mempengaruhi penerimaan pengguna.*
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO1

- a) Visualize Maslow's theory of the hierarchy of needs in a pyramid diagram.

Visualisasikan teori Maslow tentang hierarki keperluan dalam bentuk rajah piramid.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- b) Explain Maslow's theory of the hierarchy of needs with suitable examples for each levels.

Terangkan teori Maslow tentang hierarki keperluan dengan contoh yang sesuai bagi setiap peringkat.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- c) Apply **FIVE (5)** external factors influencing perception.

*Aplikasikan **LIMA (5)** faktor luaran yang mempengaruhi persepsi.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- a) Explain **FIVE (5)** sensory receptors of perception organs.

Terangkan LIMA (5) reseptor deria bagi organ persepsi.

[5 marks]

[5 markah]

CLO1

- b) Explain how the **FIVE (5)** major subcultures influenced consumer behaviour.

Terangkan bagaimana LIMA (5) subbudaya utama yang boleh mempengaruhi tingkah laku pengguna.

[10 marks]

[10 markah]

CLO1

- c) Write **FIVE (5)** consumer rights that can be applied in real-life situations when purchasing goods or services.

Tuliskan LIMA (5) hak pengguna yang boleh diaplikasikan dalam situasi sebenar ketika membeli barang atau perkhidmatan.

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT