

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR  
SESI DISEMBER 2014

**HT514 – TOURIST BEHAVIOUR**

**TARIKH : 06 APRIL 2015**  
**MASA : 11.15 AM – 1.15 PM (2 JAM)**

Kertas ini mengandungi **TUJUH BELAS (17) halaman bercetak.**

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

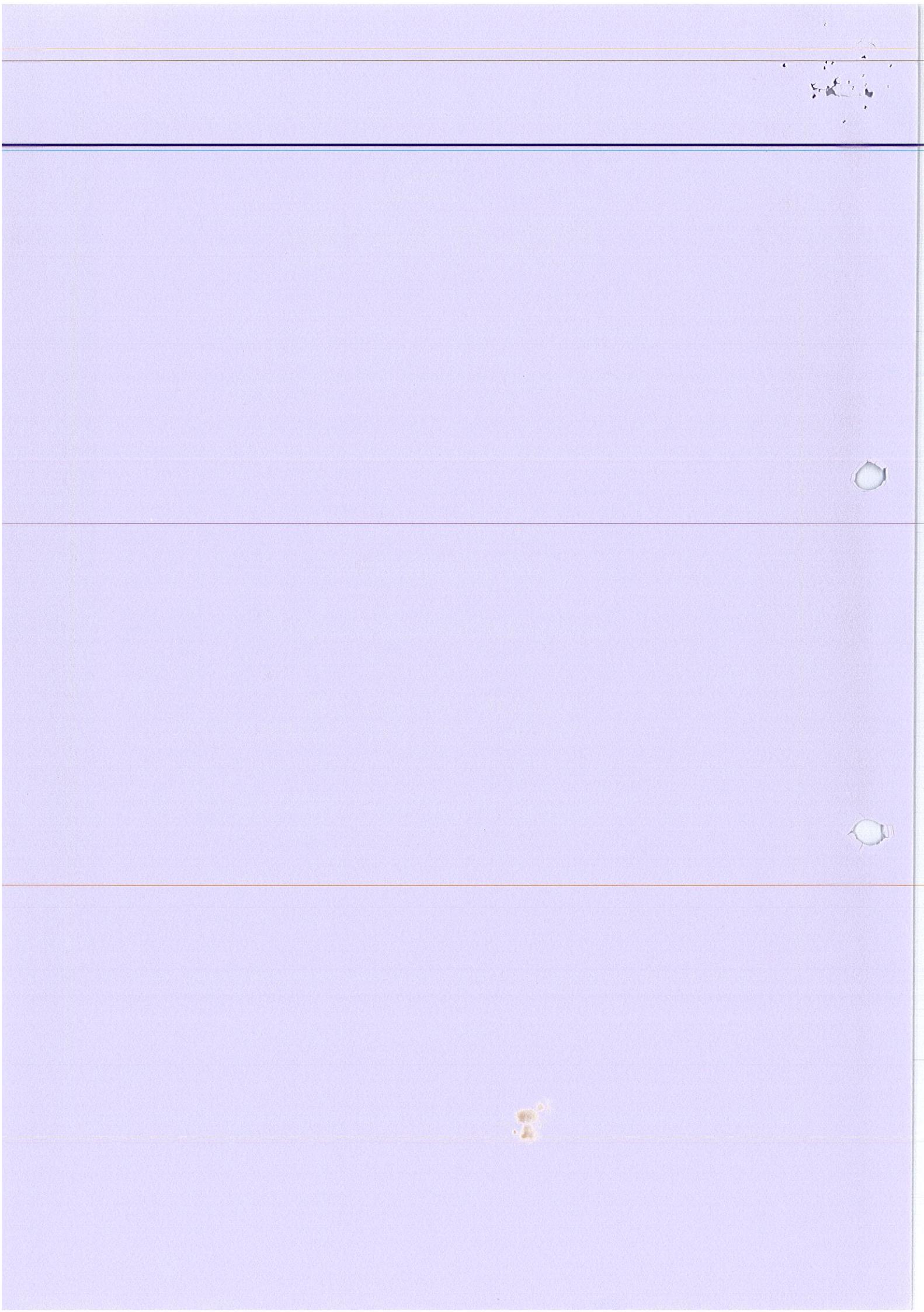
Bahagian B: Esei (6 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Kertas Graf, Formula dsb / Tiada

**JANGAN BUKA KERTAS SOALANINI SEHINGGA DIARAHKAN**

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT



**SECTION A : 20 MARKS****BAHAGIAN A : 20 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **TWENTY (20)** objective questions. Mark your answers in the OMR form provided.

**ARAHAN :**

Bahagian ini mengandungi **DUA PULUH (20)** soalan objektif. Tandakan jawapan anda di dalam borang OMR yang disediakan.

CLO1  
C2

1. Which of the statement below describe tourist behavior?  
*Yang manakah di antara berikut di bawah menggambarkan gelagat pelancong?*
- A. It promotes understanding of the role in the lives of individuals.  
*Menggalakkan pemahaman peranan yang dimainkan dalam kehidupan individu.*
- B. It shows the characteristic patterns of thoughts, feelings and behaviors that make a person unique.  
*Ia menunjukkan corak ciri-ciri pemikiran, perasaan dan tingkah laku yang membuat seseorang itu unik*
- C. It refers to variables like age, group, gender, income, occupation, education, race, religion and nationality.  
*Ia merujuk kepada pembolehubah seperti umur, kumpulan, pendapatan jantina, pekerjaan, pendidikan, bangsa, agama dan kewarganegaraan*
- D. It refers to a person's pattern of living as expressed in his or her activities, interest and opinions.  
*Ia merujuk kepada corak hidup seseorang seperti yang dinyatakan dalam aktiviti, minat dan pendapat.*

CLO1  
C2

2. The main objectives to study tourist behavior are \_\_\_\_\_.

- Objektif utama mengkaji gelagat pelancong adalah \_\_\_\_\_.
- I. To sell tourism product  
*Menjual Produk pelancongan*
  - II. To develop tourism product  
*Membangunkan Produk pelancongan*
  - III. To promote tourism product  
*Mempromosi Produk pelancongan*
  - IV. To manipulate tourism product  
*Memanipulasikan Produk pelancongan*
- A. I and II  
*I dan II*
- B. II and III  
*II dan III*
- C. I, II and III  
*I, II dan III*
- D. I, II, III and IV  
*I, II, III dan IV*

CLO 2  
C2

3. \_\_\_\_\_ is the process involved when individual or group select, purchase, use, or dispose of products, service, ideas or experience to needs and wants.

\_\_\_\_\_ adalah proses apabila individu atau kumpulan memilih, membeli, menggunakan, atau melupuskan produk, perkhidmatan, idea atau pengalaman dengan keperluan dan kehendak.

- A. Consumer purchase  
*Pembelian Pengguna*
- B. Consumer observation  
*Pemerhatian Pengguna*
- C. Consumer identity  
*Identiti Pengguna*
- D. Consumer behavior  
*Gelagat Pengguna*

"Activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services including the decision processes that precedes and follow these actions."

"Aktiviti yang terlibat secara langsung dalam memperoleh, menggunakan, dan melupuskan produk dan perkhidmatan termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini."

CLO 2  
C2

4. The above definition of consumer behaviour refers to:  
*Definisi gelagat pengguna di atas merujuk kepada:*

- A. Engel, Blackwell and Miniard (2001)  
*Engel, Blackwell and Miniard (2001)*
- B. Horner and Swarbrooke (1996)  
*Horner and Swarbrooke (1996)*
- C. Kotler and Armstrong (2004)  
*Kotler and Armstrong (2004)*
- D. Solomon (1996)  
*Solomon (1996)*

CLO 2  
C1

5. Identify a factor that influence the holiday decision \_\_\_\_\_.

*Kenalpasti faktor yang mempengaruhi keputusan percutian\_\_\_\_\_.*

- A. Lifestyle  
*gaya hidup*
- B. Word of mouth  
*perbualan mulut*
- C. Climate  
*iklim*
- D. Politic restrictions  
*sekatan politik*

Excite, risk and adventure, escapism, white knuckle ride are some of the examples of types of visitor attraction.

*Perasaan teruja, risiko dan pengembaraan, melaikan diri dari rutin harian adalah contoh-contoh dari beberapa jenis tempat tarikan lawatan.*

CLO 2  
C2

6. What type of attraction does it refers to?  
*Apakah jenis tarikan yang dimaksudkan?*

- A. Theme Park  
*Taman Tema*
- B. Leisure Shopping  
*Membeli Belah*
- C. Museum  
*Muzium*
- D. Art Gallery  
*Galeri Seni*

CLO2  
C2

- 7.

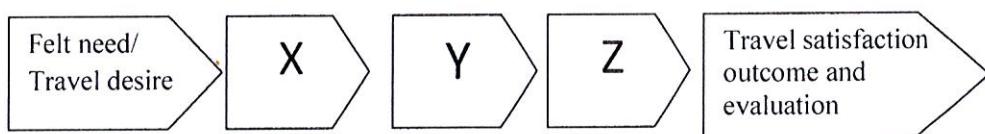


Figure 1 / Rajah 1

Based on Figure 1, **X** is

*Berdasarkan Rajah 1, X adalah*

- A. Information collection and evaluation image  
*Pengumpulan maklumat dan penilaian imej*
- B. Travel decision (choice between alternatives)  
*Keputusan pembelian (pilihan di antara pelbagai alternatif)*
- C. Travel preparation and travel experiences  
*Persediaan perjalanan dan pengalaman perjalanan*
- D. Buyer characteristics and decision process  
*Ciri-ciri pembeli dan proses membuat keputusan*

CLO2  
C2

8. \_\_\_\_\_ is referring to the difficulty of the tourism provider in order to give same level of service at every consumption time.

\_\_\_\_\_ merujuk kepada kesukaran bagi pembekal pelancongan untuk membekalkan tahap perkhidmatan yang sama pada setiap masa.

- A. Intangibility  
*Tidak Dapat Disentuh*
- B. Heterogeneity  
*Heterogeneity*
- C. Inseparability  
*Tidak Dapat Dipisahkan*
- D. Lack Of Ownership  
*Kurang Pemilikan*

CLO 3  
C2

9. Which of the following is NOT the types of tourists categorized by Gallup and American Express (1989)?

- Yang manakah antara berikut **BUKAN** merupakan jenis pelancong menurut Gallup dan American Express (1989)?
- A. Adventurers  
*Lasak*
  - B. Worries  
*Bimbang*
  - C. Venturer  
*Berani*
  - D. Dreamers  
*Berimpikan*

CLO 3  
C2

10. There are three factors involve for segmentation markets in travel and tourism by Middleton and Clarke (2001)

*Terdapat tiga faktor terlibat untuk segmentasikan pasaran pengembawaan dan pelancongan oleh Middleton dan Clarke (2001)*

- I. Social characteristics  
*Ciri-ciri sosial*
  - II. Purpose of travel  
*Tujuan melancong*
  - III. Motivation  
*Motivasi*
  - IV. Price  
*Harga*
- A. I, II and III  
*I, II dan III*
- B. I, II and IV  
*I, II dan IV*
- C. I, III and IV  
*I, III dan IV*
- D. II, III and IV  
*I, III dan IV*

CLO 3  
C2

11.

**Stage In A Family Life-Cycle*****Kitaran Kehidupan Keluarga***Child/*Kanak-kanak*Teenager/*Remaja*Young adult/*Dewasa*Young couple /*Pasangan muda*Young couple with baby/*pasangan dengan bayi*Growing families/*Keluarga*'Empty nesters'/*Ibubapa*Elderly/*Warga tua*

The above source refers to:

*Sumber di atas merujuk kepada:*

A. Demographic Segmentation

*Segmentasi Demografi*

B. Behavioristic Segmentation

*Segmentasi Gelagat*

C. Socioeconomic Segmentation

*Segmentasi Sosioekonomi*

D. Psychographic Segmentation

*Segmentasi Psikografi*

CLO 3  
C2

12. Identify factors that influence the level of global tourism explored by the World Tourism Organization (WTO) in 1995 are as below:

*Kenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi tahap pelancongan global yang telah dikenalpasti oleh Pertubuhan Pelancongan Dunia (WTO) pada tahun 1995*

- I. Safety of travel  
*Keselamatan semasa melancong*
- II. Environmental planning and impact issues  
*Perancangan alam sekitar dan kesan isu-isu*
- III. Infrastructural, equipment and facility investment  
*Infrastruktur, peralatan dan pelaburan kemudahan*
- IV. Increasing of leisure and expendable income  
*Meningkatkan masa lapang dan pendapatan boleh dibelanjakan*
  - A. I and II  
*I dan II*
  - B. I and III  
*I dan III*
  - C. I, II and III  
*I, II dan III*
  - D. I, II, III and IV  
*I, II, III dan IV*

13.

CLO 3

C2

"The total number of person who travel, or wish to travel, to use tourist facilities and services at places away from their places of work and residence"

"Jumlah bilangan orang yang melancong, atau ingin melakukan perjalanan, menggunakan kemudahan dan perkhidmatan pelancongan di tempat-tempat yang jauh dari tempat kerja dan kediaman"

The above statement refer to  
*Kenyataan di atas merujuk kepada*

- A. Tourist demand  
*Permintaan pelancong*
- B. Tourist market  
*Pasaran pelancong*
- C. Tourist behaviour  
*Tingkah laku pelancong*
- D. Tourist buying pattern  
*Corak belian pelancong*

CLO 4  
C3

14. Backpacker market can be described as  
*Pasaran 'Backpacker' boleh digambarkan sebagai*
- A. Normally taken by retired people with disability  
*Biasanya dilakukan oleh orang-orang bersara kurang upaya*
  - B. Appeal mainly to people with tight budget to travel  
*Amat menarik untuk orang yang mempunyai bajet yang terhad untuk perjalanan*
  - C. A type of people who does wish to travel far from their origin country  
*Orang-orang yang mahu melakukan perjalanan jauh dari negara asal mereka*
  - D. Travel activity that required preplanning and booking in advance  
*Perjalanan yang memerlukan perancangan awal dan tempahan terlebih dahulu*

CLO 4  
C3

15. Marketing mix is:

*Campuran pemasaran ialah:*

- A. A set of variable which the organization can alter to satisfy the customer requirements

*Satu set pembolehubah yang membolehkan organisasi berubah untuk memenuhi keperluan pelanggan*

- B. A positioning map to help the organization spot an opportunity in the marketplace

*Pelan kedudukan untuk membantu organisasi mencari peluang dalam pasaran*

- C. A model to identify different types of consumer who are attracted to their product

*Model untuk mengenal pasti jenis pengguna yang tertarik kepada produk mereka*

- D. A key principle for any organization when marketing for its products and services

*Prinsip utama bagi organisasi apabila ingin memasarkan produk dan perkhidmatan*

CLO 4  
C3

16.

A sale of promotion method that used the items such as outside sign, window display to attract attention to inform customers.

*Kaedah ini digunakan dengan meletakkan dan memaparkan barang di tingkap premis untuk menarik perhatian dan memaklumkan kepada pelanggan*

This definition referred to  
*Definisi ini merujuk kepada*

- A. Direct promotion

*promosi terus*

- B. Point of sale

*titik jualan*

- C. Personal selling

*jualan peribadi*

- D. Direct mail

*mel terus*

CLO 4  
C3

17.

To encourage consumer, to have an exclusive product, of value and branded  
*Menggalakkan pelanggan untuk mendapatkan barang yang ekslusif, bernilai serta berjenama.*

The statement is the way in which price is used in tourism to influence consumer behavior. It refers to \_\_\_\_\_ technique.

*Kenyataan di atas adalah cara harga digunakan dalam pelancongan untuk mempengaruhi tingkah laku pengguna. Ia merujuk kepada teknik \_\_\_\_\_.*

- A. last minute discounting  
*potongan akhir*
- B. low prices across the board  
*harga terlampau rendah*
- C. discounting to particular market segment  
*diskaun untuk segmen pasaran tertentu*
- D. premium pricing  
*premium harga*

CLO 5  
C2

18. Choose one of the following which is **FALSE** about emerging markets in tourist demand?

*Yang manakah pernyataan yang **SALAH** berkenaan perkembangan pasaran permintaan pelancong?*

- A. The eco-tourist  
*Pelancong-eko*
- B. The international wedding market  
*Pasaran perkahwinan antarabangsa*
- C. Children's holidays  
*Percutian kanak-kanak*
- D. Sustainable tourism  
*Pelancongan lestari*

CLO 5  
C2

19. The outcome from the tourist satisfaction process normally referred to  
*Hasil tindakbalas daripada proses kepuasan pelancong biasanya merujuk kepada*

- A. Tourist satisfaction of the service  
*Kepuasan pelancong terhadap perkhidmatan*
- B. Tourist attitudes and expectations of the service  
*Kelakuan dan tanggapan pelancong terhadap perkhidmatan*
- c. Tangible element  
*Perkara yang tidak dapat digambarkan*
- D. Perceptions of the tourist experience  
*Persepsi terhadap pengalaman pelancong*

CLO 5  
C2

20. Which of the following dimension is **TRUE** about the SERQUAL technique according Parasuraman, Zeithaml and Berry

*Yang manakah antara berikut dimensi yang **BENAR** tentang teknik SERQUAL berdasarkan Parasuraman, Zeithaml and Berry*

- I. Tangible  
*Nyata*
  - II. Empathy  
*Empati*
  - III. Responsiveness  
*Tindakbalas*
  - IV. Assurance  
*Jaminan*
  - V. Reliability  
*Kebolehpercayaan*
- A. I, II, III, IV
  - B. II, III, IV, V
  - C. I, II, IV, V
  - D. I, II, III, IV, V

**SECTION B : 80 MARKS**  
**BAHAGIAN B : 80 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **SIX (6)** essay questions. Answer **FOUR (4)** questions only.

**ARAHAN:**

*Bahagian ini mengandungi ENAM (6) soalan esei. Jawab EMPAT (4) soalan sahaja.*

**QUESTION 1****SOALAN 1**

- CLO2  
C3
- a) List down **FIVE (5)** factors that influenced the nature of tourism demand in different countries.

*Senaraikan **LIMA (5)** faktor yang mempengaruhi permintaan di dalam pelancongan di setiap negara yang berbeza.*

[5 marks]

[5 markah]

- CLO2  
C2
- b) Explain briefly **FIVE (5)** types of tourism

*Terangkan secara ringkas **LIMA (5)** jenis pelancongan*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**CLO2  
C3

- a) The consumer's decision to purchase or not to purchase a product or service is an important moment for most marketers. According to Kotler (2008), there are five steps involve in consumer buying process, illustrate the **FIVE (5)** stage model of purchase decision process.

*Keputusan pelanggan untuk membeli produk atau perkhidmatan adalah masa yang paling penting bagi pemasar. Menurut Kotler (2008), terdapat lima langkah dalam proses pembelian, tunjukkan **LIMA (5)** peringkat dalam model proses keputusan pembelian.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO2  
C2

- b) Explain briefly Buying Decision Process by Kotler (2008).

*Terangkan secara ringkas Proses Keputusan Membeli oleh Kotler (2008).*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**CLO3  
C2

- a) List down **SEVEN (7)** types of tourist according to Smith (1989),  
*Senaraikan **TUJUH (7)** jenis pelancong menurut pendapat Smith (1989).*

[7 marks]

[7 markah]

CLO3  
C2

- b) Give **THREE (3)** considerations that tourists should make before travelling  
*Berikan **TIGA (3)** perkara yang perlu dipertimbangkan sebelum merancang sesuatu percutian.*

[3marks]

[3 markah]

CLO3  
C2

- c) Explain **FIVE (5)** classic ways of segmenting market group of tourist.  
*Terangkan **LIMA(5)** kaedah klasik di dalam membahagikan kumpulan pasaran pelancong.*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 4****SOALAN 4**CLO 4  
C2

- a) Explain the nature of demand in diversity segments of the tourism market.

*Terangkan jenis permintaan terhadap kepelbagaian segmen dalam pasaran pelancongan?*

i) Family market

*Pasaran keluarga*

ii) Hedonistic tourists

*Pelancong hedonis*

iii) Snowbird market

*Pasaran snowbird*

iv) The short break market

*Pasaran percutian pendek*

v) Social tourists

*Pelancong sosial*

[10 marks]

[10 markah]

CLO 4  
C3

- b) Illustrates **FIVE (5)** differences of consumer behaviour between business tourist and leisure tourist.

*Terangkan **LIMA (5)** perbezaan gelagat pengguna di antara pelancong peniaga dan pelancong masa lapang.*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 5****SOALAN 5**

- a) There are four marketing mix area. Name the **THREE (3)** marketing mix.

*Terdapat empat jenis campuran pemasaran. Namakan **TIGA (3)** pemasaran campuran tersebut.*

[3 marks]  
[3 markah]

- b) Give **FIVE (5)** importance of tourist behavior in marketing process.

*Berikan **LIMA (5)** kepentingan gelagat pelancong dalam proses pemasaran.*

[5 marks]  
[5 markah]

- c) Explain **THREE (3)** methods of the marketing communication below in tourism sectors below.

*Terangkan **TIGA (3)** kaedah dalam pasaran campuran dalam sektor pelancongan di bawah.*

- i. Advertising

*Pengiklanan*

- ii. Brochures

*Brosur*

- iii. Sales promotion

*Promosi Jualan*

[12 marks]  
[12 markah]

**QUESTION 6**  
**SOALAN 6**CLO5  
C2

- a) Give
- SIX (6)**
- types of new market emergence in the tourism industry

*Berikan **ENAM (6)** jenis pasaran baru yang muncul di dalam industri pelancongan*

[6 marks]

[6 markah]

CLO5  
C2

- b) Explain briefly
- THREE (3)**
- main reasons that contribute towards tourist satisfaction in tourism industry.

*Terangkan secara ringkas **TIGA (3)** sebab utama kepuasan pelancong perlu ditekankan di dalam industri pelancongan*

[6 marks]

[6 markah]

CLO5  
C2

- c) Explain the terms below:

Terangkan istilah-istilah berikut:

- i. Ethical Tourist

*Pelancong Beretika*

- ii. Environmentally responsible tourist

*Pelancong dengan kesedaran terhadap alam semula jadi*

- iii. Alternative tourism

*Pelancongan alternatif*

- iv. Eco Tourist

*Pelancong Eko*

[8 marks]

[8 markah]

**SOALAN TAMAT**