

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR
SESI DISEMBER 2013

HT514: TOURIST BEHAVIOUR

TARIKH : 14 APRIL 2014
TEMPOH : 2.30 PM - 4.30 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **SEMBILAN BELAS (19)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

Bahagian B: Esei (6 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALANINI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

Q1

Q2

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. Tourist behaviour can be defined as:

Gelagat pelancong boleh didefinisikan sebagai;

- A. Those activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services including the decision processes that follows these actions.
Aktiviti terus yang terlibat dalam mendapatkan, menggunakan perkhidmatan dan produk termasuk proses membuat keputusan yang mengikuti tindakan ini.
- B. Those activities directly involved in obtaining and consuming of products and services including the decision processes that precedes and follows these actions.
Aktiviti terus yang terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan perkhidmatan dan produk termasuk proses membuat keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.
- C. Those activities directly involved in searching, consuming, and disposing of products and services including the decision processes that precedes and follows these actions.
Aktiviti terus yang terlibat dalam mencari, menggunakan dan melupuskan perkhidmatan dan produk termasuk proses membuat keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini
- D. Those activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services including the decision processes that precedes and follows these actions.
Aktiviti terus yang terlibat dalam mendapatkan, menggunakan dan melupuskan perkhidmatan dan produk termasuk proses membuat keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

"It is a study of the ways in which people choose to engage in, negotiate and experience travel away from their normal place of residence in pursuit of particular goals and satisfaction".

"Kajian menunjukkan cara di mana orang memilih untuk melibatkan diri dalam rundingan dan pengalaman perjalanan dari tempat biasa mereka tinggal dalam usaha mencapai matlamat dan kepuasan tertentu"

CLO1
C3

2. The above statement refers to:

Pernyataan di atas merujuk kepada:

- A. Tourist Behaviour
Perilaku Pelancong
- B. Consumer Behaviour
Perilaku Pengguna
- C. Tourist Market Behavior
Perilaku Pelancong Pasaran
- D. Consumer Market Behaviour
Perilaku Pengguna Pasaran

CLO1
C2

3. The following terms are related to Tourist Behavior EXCEPT;

Terma berikut adalah berkaitan dengan Perilaku Pelancong KECUALI;

- A. Tourist health
Kesihatan Pelancong
- B. Thinking process
Proses Pemikiran
- C. Lifestyle and Personality
Gaya hidup dan Personaliti
- D. Tourist decision process
Proses Pemilihan Pelancong

CLO1
C2

4. Which of the following does NOT refer to Tourist Behavior?

Manakah pernyataan berikut BUKAN merujuk kepada Perilaku Pelancong?

- A. It is an academic discipline.
Perkara berkaitan disiplin akademik
- B. It is an interdisciplinary science.
Perkara berkaitan sains dalam disiplin
- C. It is a process of dividing a group of people.
Perkara berkaitan proses pembahagian kumpulan orang
- D. It is consumption-related activities of individuals.
Perkara melibatkan aktiviti berkaitan dengan orang perseorangan

CLO2
C2

5. Which of the following is one of the external factors influencing the holiday decision.

Antara berikut yang manakah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan cuti

- A. Lifestyle
Gaya Hidup
- B. Personality
Personaliti
- C. Past experience
Pengalaman lepas
- D. The climate of destinations
Cuaca di destinasi

CLO2
C2

6. X refers to the process of an individual who will be driven to act or behave in certain way. What is X?

X adalah merujuk kepada proses di mana seseorang individu akan didorong untuk bertindak atau berkelakuan dengan cara tertentu. Apakah X?

- A. Emotions
Emosi
- B. Motivation
Motivasi
- C. Social influences
Pengaruh sosial
- D. Physical influences
Pengaruh fizikal

CLO2
C2

7. Motives and personal characteristics determine a person's _____ to act.

Tindakan akan dipengaruhi oleh _____ bagi menentukan keperibadian dan motivasi seseorang.

- A. needs
keperluan
- B. feelings
perasaan
- C. predisposition
kecenderungan
- D. interest
minat

CLO2
C2

8. According to Moutinho (1987), there are **THREE (3)** different stages in the decision-making process in vacation tourist behavior. There are pre-decision stages, post purchase evaluation and _____.

*Mengikut kepada Moutinho (1987), terdapat **TIGA (3)** peringkat perbezaan bagi sikap pelancong dalam proses membuat keputusan dalam pemilihan percutian. Antaranya peringkat sebelum keputusan, selepas pemilihan pembelian dan _____.*

- A. final decision process
proses keputusan muktamad
- B. future decision making
membuat keputusan masa hadapan
- C. pre-purchase evaluation
penilaian pra-pembelian
- D. purchase decision
keputusan pembelian

CLO 3
C2

9. Which of the following is **NOT** the type of tourists categorized by Cohen (1972)?

*Manakah antara berikut **BUKAN** jenis pelancong menurut Cohen (1972)?*

- A. Extrovert
Ekstrovert
- B. Explorer
Peneroka
- C. Individual tourist
Pelancong perseorangan
- D. Organized mass tourist
Pelancong berkumpulan

CLO 3
C2

10. There are three classic segmentation of the tourism market ...

Terdapat tiga segmentasi klasik pasaran pelancongan iaitu ...

- I. Geographical segmentation
Segmentasi Geografi
 - II. Demographic segmentation
Segmentasi Demografik
 - III. Price segmentation
Segmentasi Harga
 - IV. Socioeconomic segmentation
Segmentasi Sosioekonomi
- A. I, II and III / *I, II dan III*
 - B. I, II and IV / *I, II dan IV*
 - C. I, II and IV / *I, II dan IV*
 - D. II, III and IV / *II, III dan IV*

CLO 3
C1

11. In 1977, a sociologist named _____ has directly link personality traits with tourist behaviour, and also catagorised them into the psychocentrics and allocentrics.

Seorang ahli sosiologis yang dikenali sebagai _____ telah mengenalpasti sifat personaliti terhadap gelagat pelancong serta membahagikannya kepada psikosentrik dan allosentrik.

- A. Plog
Plog
- B. Cohen
Cohen
- C. Maslow
Maslow
- D. Smith & Dalen
Smith & Dalen

CLO 4
C2

12. Which of the following statements describe "The Snowbird Market"?

- Manakah antara pernyataan berikut menggambarkan "The Snowbird Market"?*
- A. Appeal mainly to a younger market
Tarikan utama bagi orang muda
 - B. Normally taken by retired people
Kebiasaannya diambil oleh orang yang bersara
 - C. A type of people who does not wish to travel too far
Golongan manusia yang berhajat untuk tidak melancong terlalu jauh
 - D. Travel activity that requires preplanning and booking in advance
Aktiviti pengembalaan yang memerlukan pra-perancangan dan tempahan awal

CLO4
C1

- The trips are of long duration, from four weeks to four months.

Perjalanan adalah jangka masa panjang, dari empat minggu hingga empat bulan.

- Normally taken by retired people who have time to take such a long vacation.

Kebiasaannya dilakukan oleh orang-orang bersara yang mempunyai masa untuk bercuti panjang.

13. Which of the market segmentation best describes the above statement?

Manakah antara pernyataan berikut paling baik menggambarkan segmentasi pemasaran di atas.

- A. The Snowbird market
Pasaran The Snowbird
- B. Hedonistic tourist
Pelancong hedonistik
- C. The Backpacker
Pengembara
- D. Visiting friends and relatives
Melawat rakan dan sanak-saudara

CLO 4
C2

14. Tourist X does not wish to travel too far because he/she only has one day or less available time for his/her leisure activities. **Tourist X** refers to

Pelancong X tidak berhajat melakukan perjalanan terlalu jauh kerana mereka hanya mempunyai satu hari atau kurang untuk aktiviti masa lapang mereka. Pelancong X merujuk kepada

- A. Excursionists
Pelawat harian
- B. Educational tourist
Pelancong pendidikan
- C. Hedonistic tourist
Pelancong Hedonistik
- D. The ‘snowbird’ market tourist
Pelancong pasaran ‘snowbird’

CLO 4
C2

15. Consumer behaviour is a study of why people buy the product they do, and how they make their _____.

Tingkah laku pengguna adalah kajian tentang mengapa seseorang membeli sesuatu barang dan bagaimana mereka membuat _____.

- A. effort
usaha
- B. decision
keputusan
- C. definition
definasi
- D. interpretation
interpretasi

CLO 4
C2

16. Which of the following is one of the key aspects of differentiation for a product or service?

Manakah antara berikut merupakan salah satu aspek yang membezakan sesebuah produk atau perkhidmatan?

- A. Labeling
Perlabelan
- B. Branding
Penjenamaan
- C. Packaging
Pembungkusan
- D. Programming
Pengaturcaraan

CLO 4
C3

17. Tourism organizations require a wide variety of data on tourist behaviour, both qualitative and quantitative **EXCEPT:**

Organisasi pelancongan memerlukan pelbagai jenis data berkenaan gelagat pelancong, sama ada kualitatif dan kuantitatif seperti berikut, KECUALI:

- A. Statistical profiles of tourists
Statistik profil pelancong
- B. Statistical records of tourist behavior
Rekod statistik gelagat pelancong
- C. Product perseverance in relation to competitors
Keunikan produk antara pesaing
- D. Cultural and national differences in tourist behavior
Perbezaan budaya dan negara dalam gelagat pelancong

CLO5

18. Which of the following are issues regarding the Green Tourist's Motivation?

C2

Berikut adalah isu-isu yang berkaitan dengan motivasi pelancong menjadi seorang pelancong yang mementingkan kehijauan dalam mengurus aktiviti pelancongan?

- I. A desire to 'feel good' about their behaviour as tourists
Keinginan untuk 'merasa baik' sebagai pelancong dengan tingkah laku mereka.
 - II. A wish to improve their image amongst friends and relatives by being seen to be concerned with environmental issues.
Berhasrat untuk meningkatkan imej mereka di kalangan rakan dan saudara-mara dengan lebih prihatin tentang isu-isu alam sekitar.
 - III. Due to the increasing popularity of this tourism product.
Disebabkan produk pelancongan yang semakin popular.
 - IV. An altruistic belief in the need to protect the environment
Kepercayaan kepada altruistik dalam keperluan untuk melindungi alam sekitar.
- A. I, II and III
I, II dan III
 - B. I, III and IV
I, III dan IV
 - C. I, III, and IV
I, III dan IV
 - D. I, II, III and IV
I, II, III dan IV

- CLO5
C2
19. Which of the following statement is NOT related to the factors influencing tourist on their interest in green issue?
Berikut adalah pernyataan yang BUKAN berkaitan faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelancong terhadap isu kehijauan?
- A. Tourist's experiences of the negative impacts of tourism on the environment.
Pengalaman pelancong yang negatif terhadap alam sekitar dalam sektor pelancongan.
 - B. The activities of professional bodies in tourism industry such as codes of practice
Aktiviti yang dilaksanakan oleh badan profesional dalam industri pelancongan seperti kod amalan
 - C. Awareness of the importance in business of travel management
Kesedaran kepentingan dalam perniagaan bagi pengurusan pelancongan.
 - D. Greenpeace group increases tourist pressure on green issues.
Kumpulan keamanan hijau yang memberi tekanan kepada pelancong tentang isu kehijauan.
- CLO5
A2
20. What is the sequence of the Tourist Satisfaction Process in the concept of quality?
Susunkan Process Kepuasan Pelancong dalam konsep kualiti.
- I. The Outcome
Keputusan
 - II. The Satisfaction Factor
Faktor Kepuasan
 - III. The Tourism Product
Produk Pelancongan
- A. I, II, III
I, II, III
 - B. II, III, I
II, III, I
 - C. III, II, I
III, II, I
 - D. III, I, II
III, I, II

SECTION B: 20 MARKS**BAHAGIAN B: 20 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**CLO1
C1

- (a) Define “Consumer Behaviour” from tourism perspective.

Definisikan “Consumer Behaviour” dalam perspektif pelancongan.

[3 marks]

[3 markah]

CLO1
C1

- (b) List EIGHT (8) different types of tourism.

Senaraikan LAPAN (8) jenis-jenis pelancongan.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C2

(c) Choose any THREE (3) regions and explain the historical development of tourism in each of the following region of the world.

Pilih serta terangkan dengan ringkas TIGA (3) pembangunan sejarah pelancongan bagi setiap kawasan dunia berkenaan.

i. Asia

Asia

ii. Africa

Afrika

iii. Europe

Eropah

iv. North America

Amerika Utara

v. Australia and Pacific Rim

Australia dan Lingkaran Pacifik

[9 marks]

[9 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C2

- (a) Give the definition of motivation.

Berikan definisi motivasi.

[2 marks]

[2 markah]

CLO2
C2

- (b) State
- THREE (3)**
- typologies of motivators in tourism that are involved in the purchase-decision process.

*Nyatakan **TIGA (3)** jenis pendorong dalam pelancongan yang terlibat dalam proses keputusan-pembelian.*

[3 marks]

[3 markah]

CLO2
C2

- (c) Explain the Buying Decision Process by Kotler (2008).

Terangkan proses keputusan pembelian oleh Kotler (2008)

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

(a) List **SEVEN (7)** types of tourist according to Smith (1989).

*Senaraikan **TUJUH(7)** jenis-jenis pelancong menurut Smith (1989).*

[7 marks]

[7 markah]

(b) State **THREE (3)** considerations that tourists should make before travelling.

*Nyatakan **TIGA(3)** perkara yang dipilih oleh pelancong sebelum membuat keputusan untuk melancong.*

[3marks]

[3 markah]

CLO3
C2

(c) Explain **FIVE (5)** classic ways of segmenting a 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
C1

(a) Describe the inbound and outbound tourism receipts of the following country.

Huraikan tentang penerimaan pelancongan dalam Negara dan pelancongan luar Negara bagi senarai Negara di bawah.

i) America

Amerika

ii) Germany

Germany

iii) Japan

Jepun

iv) United Kingdom

United Kingdom

v) France

Perancis

[10 marks]

[10 markah]

CLO 4
C2(b) Give **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**CLO4
C2

- (a) Define Market Segmentation.

Berikan definisi Segmentasi Pasaran.

[3 marks]

[3 markah]

CLO4
C2

- (b) State
- FIVE (5)**
- characteristics of tourist based on 'demographics market'.

*Nyatakan **LIMA (5)** ciri-ciri pelancong berdasarkan 'pasaran demografi'.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO4
C2

- (c) Explain
- FOUR (4)**
- criteria of effective targeting of Market Segments.

*Terangkan **EMPAT (4)** kriteria sasaran efektif dalam Segment Pasaran.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 6**SOALAN 6**

- CLO 5
C1
- (a) List any **TWO (2)** major emerging tourist markets resulted from the increase in demand in the tourism industry.

*Senaraikan mana-mana **DUA (2)** pasaran baru utama yang semakin mendapat sambutan dalam pasaran pelancongan.*

[2 marks]

[2 markah]

CLO 5
C2

- (b) Briefly explain **THREE (3)** main reasons that contribute towards tourist's satisfaction in tourism industry

*Terangkan secara ringkas **TIGA (3)** sebab utama kepuaskan pengguna perlu diberi jaminan dalam industri pelancongan.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO 5
C3

- (c) Explain the flow of tourist satisfaction process.

Terangkan aliran proses kepuasan pelancong.

[12 marks]

[12 markah]

SOALAN TAMAT