

SULIT



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

JABATAN PELANCONGAN & HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI DISEMBER 2017

DTM6052: CONSUMER BEHAVIOUR

TARIKH : 4 APRIL 2018

MASA : 11.15 PAGI – 1.15 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LAPAN (8)** halaman bercetak.

Bahagian A: Struktur (3 soalan)

Bahagian B: Struktur (2 soalan)

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

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION A: 75 MARKS**BAHAGIAN A: 75 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **THREE (3)** structured questions. Answer **ALL** the questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi TIGA (3) soalan berstruktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**CLO1
C1

- a) Identify **FIVE (5)** concepts of consumer behaviour

Kenalpasti LIMA (5) konsep gelagat pelancong

[5 marks]

[5 markah]

CLO1
C2

- b) Describe **FIVE (5)** characteristics of consumer behavior based on each types of tourism

Jelaskan LIMA (5) ciri gelagat pengguna berdasarkan setiap jenis pelancongan

[15 marks]

[15 markah]

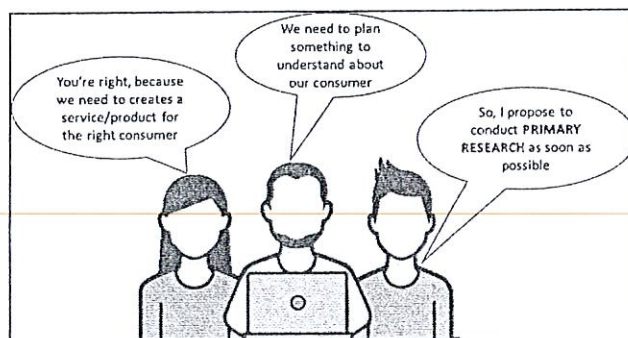


Figure 1

CLO1
C3

- c) Figure 1 shows the discussion of a marketer team in conducting a primary research. List **FIVE (5)** methods in collecting data.

Rajah 1 menunjukkan perbincangan pasukan pemasaran dalam mengendalikan penyelidikan primer. Senaraikan **LIMA (5)** kaedah pengumpulan data primer

[5 marks]

[5 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO2
C1

- a) State **FIVE (5)** stages of family life cycles that influence consumer buying behaviour.

Nyatakan LIMA (5) peringkat kitaran hidup keluarga yang mempengaruhi tingkah laku pembelian pengguna.

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C2

- b) It has been recognized that the tourism and hospitality service industry has unique characteristics that differentiate them from goods products. Describe **FIVE (5)** characteristics of service with the relevant examples.

Industri perkhidmatan pelancongan dan hospitaliti mempunyai ciri unik yang membezakannya daripada produk barang. Terangkan LIMA (5) ciri perkhidmatan dengan contoh yang berkaitan.

[15 marks]

[15 markah]

CLO2
C3

A child came back from school and told her mother about one of his friend visiting Legoland. He asked his mother to go to that place.

Seorang anak pulang dari sekolah and memberitahu ibunya tentang salah seorang kawannya telah melawat ke Legoland. Dia meminta kepada ibunya untuk pergi ke tempat tersebut.

- c) Based on the above situation, list the suitable buying characters as below;

Berdasarkan situasi diatas, senaraikan watak peranan pembeli di bawah

Buying roles/ Peranan Pembeli	Characteristic / Watak
i. Nominator/ initiator	
ii. Influencer	
iii. Decider	
iv. Buyer	
v. User	

[5 marks]

[5 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO2
C1

- a) Identify
- FIVE (5)**
- basic market segmentation approaches.

Terangkan LIMA (5) asas pendekatan segmen pasaran.

[5 marks]

[5 markah]

CLO2
C2

- b) Explain
- FIVE (5)**
- benefits of segmentation.

Terangkan LIMA (5) faedah segmentasi.

[15 marks]

[15 markah]

CLO2
C3

- c) Demographic can be segmented into several market in order to help the organizations to target its consumer more accurately. List
- FIVE (5)**
- type of variables that used in the demographic segmentation.

Demografi boleh disegmenkan kepada beberapa pecahan pasaran untuk membantu sesebuah organisasi menyasarkan kepada pelanggan dengan lebih tepat. Senaraikan LIMA (5) jenis elemen dalam segmen demografi

[5 marks]

[5 markah]

SECTION B : 25 MARKS

BAHAGIAN B : 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TWO (2)** structured questions. Answer **ONE (1)** question only.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi **DUA (2)** soalan berstruktur. Jawab **SATU (1)** soalan sahaja.

QUESTION 1

SOALAN 1

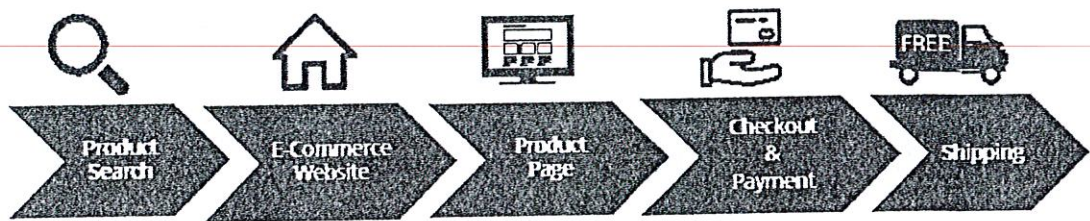


Figure 2

CLO2
C3

- a) Figure 3 illustrates the buying process of E-consumer. E-consumers nowadays are increasingly involved in online transactions of sale of goods where mostly the transaction is cross border in nature rather than domestic. List out **FIVE (5)** benefits of e-consumer with relevant examples.

Rajah 3 menunjukkan proses pembelian e-pengguna. Kini, penglibatan e-pengguna dalam urus niaga jualan dalam talian semakin meningkat di mana kebanyakan transaksi adalah bersilang sempadan berbanding dengan domestik. Pertimbangkan LIMA (5) manfaat e-pengguna dengan contoh yang berkaitan.

[15 marks]
[15 Markah]

CLO2
C3

b) Mr Raiqal is planning to create a special tourism promotion package. In order to achieve the marketing objective, he needs to identify the changes in tourist demand. Relate the changes in demand based on following types of tourist market

En Raiqal merancang untuk merangka pakej promosi pelancongan istimewa. Bagi memastikan objektif pemasaran tercapai, dia perlu mengenalpasti perubahan kepada kehendak pelancong. Kaitkan perubahan permintaan pelancongan berdasarkan jenis permintaan pasaran pelancong

- i) No frills airline travel
Penerbangan tambang murah
- ii) Travelling for one's health
Kembara untuk kesihatan
- iii) The direct booking phenomena
Fenomena tempahan terus
- iv) The Eco tourist
Pelancong Eko
- v) Visiting sites associated with popular culture
Lawatan tapak popular

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

Encik Abdul Rahman is appointed as a marketing officer at Sakura Travel Agency. He was assigned to discover the new market segmentation for his agency.

Encik Abdul Rahman dilantik sebagai pegawai pemasaran di Agensi Pelancongan Sakura. Dia telah ditugaskan untuk mencari segmen pasaran baru untuk agensi kembaranya

CLO2
C3

- a) Based on situation above, relate the types of market segmentation below

Berdasarkan situasi di atas, kaitkan dengan jenis segmentasi pasaran berikut

- i) Family Market
Pasaran Keluarga
- ii) Hedonistic Market
Pasaran Hedonis
- iii) Snowbird Market
Pasaran 'Snowbird'
- iv) Social Tourism
Pelancongan Sosial
- v) Short-break Market
Pasaran Jangka-Singkat

[15 marks]
[15 markah]

CLO2

C3

- b) In the real world, unsatisfied customers tend to create negative word-of-mouth and convey their negative impression to other customers. This situation may create bad impressions towards the organizations. However, positive and negative reviews are very useful in order to measure service quality from customer's perspective.

Demonstrate the **FIVE (5)** dimensions of the SERVQUAL Model.

Realitinya, pelanggan yang tidak berpuas hati cenderung untuk menyampaikan dan menyebarkan maklumat dan persepsi negatif mereka kepada pelanggan lain. Situasi ini boleh mewujudkan anggapan buruk terhadap sesuatu organisasi. Walaubagaimanapun, pandangan positif dan negatif sangat berguna untuk tujuan mengukur kualiti perkhidmatan dari sudut pelanggan.

*Tunjukkan **LIMA(5)** dimensi Model SERVQUAL.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT

