

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENGAJIAN POLITEKNIK
KEMENTERIAN PENDIDIKAN MALAYSIA

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR
SESI JUN 2014

HT514: TOURIST BEHAVIOUR

TARIKH : 5 NOVEMBER 2014
TEMPOH : 2 JAM (8.30 AM - 10.30 AM)

Kertas ini mengandungi **DUA PULUH (20)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

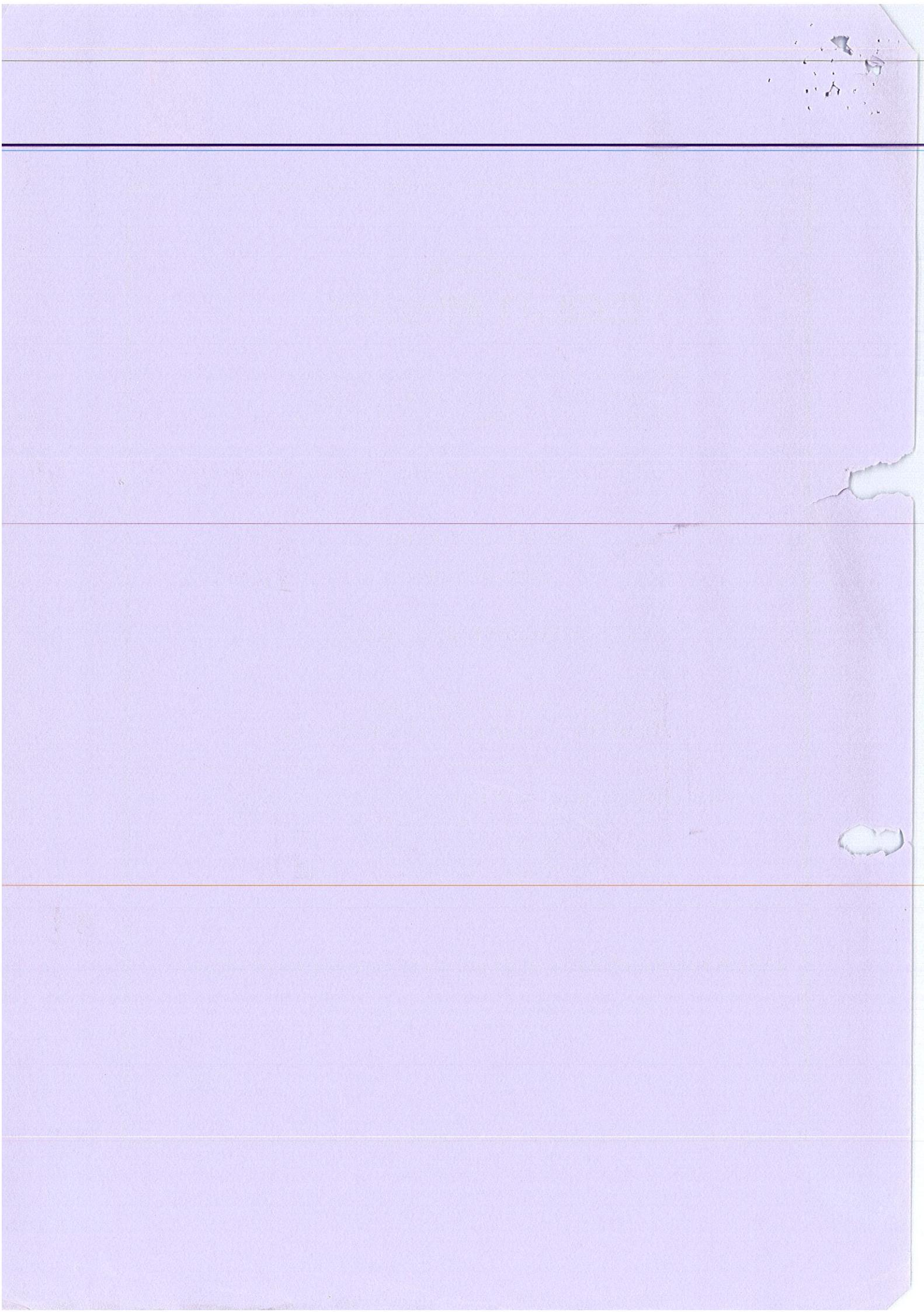
Bahagian B: Esei (6 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALANINI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT



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.

1. The historical development of tourism includes the following regions **EXCEPT:**

*Sejarah pembangunan pelancongan merangkumi rantau di bawah **KECUALI:***

- A. Artic
Artik
- B. Europe
Eropah
- C. Middle East
Timur Tengah
- D. North America
Amerika Utara

CLO1
C2

CLO1

2. Which of the following statement is **TRUE**?

C2

Manakah yang **BENAR** di antara kenyataan berikut?

- A. Business tourism is a tourist trip that takes place as part of business commitment, largely during working time, rather than leisure.

Pelancongan perniagaan ialah lawatan pelancong yang berlaku sebagai sebahagian komitmen perniagaan manusia, sebahagian besarnya dalam masa kerja, dan bukan untuk keseronokan di masa lapang

- B. Business tourism is a tourist trip that takes place as part of people's business occupational commitment, largely in work time, rather than for pleasure in people's leisure time

Pelancongan perniagaan ialah lawatan pelancong yang berlaku sebagai sebahagian komitmen pekerjaan perniagaan manusia, sebahagian besarnya dalam masa kerja, dan bukan untuk keseronokan di masa lapang

- C. Business tourism is a tourist trip that takes place as part of host's business occupational commitment, largely in work time, rather than for pleasure in people's leisure time

Pelancongan perniagaan ialah lawatan pelancong yang berlaku sebagai sebahagian komitmen pekerjaan perniagaan tuan rumah, sebahagian besarnya dalam masa kerja, dan bukan untuk keseronokan di masa lapang

- D. Business tourism is a tourist trip that takes place as part of people's business occupational commitment, largely in leisure time, rather than for business in people's leisure time

Pelancongan perniagaan ialah lawatan pelancong yang berlaku sebagai sebahagian komitmen pekerjaan perniagaan manusia, sebahagian besarnya dalam masa lapang, dan bukan untuk perniagaan di masa lapang

CLO1
C2

3.

- Using modes of transport to tour areas which require effort on the part of the tourist, such as walking, cycling and riding
- Participating in land-based sports such as golf and tennis
- Taking part in water-based activities such as diving and wind-surfing

The above statements refer to which types of tourism?

- *Using modes of transport to tour areas which require effort on the part of the tourist, such as walking, cycling and riding*
- *Participating in land-based sports such as golf and tennis*
- *Taking part in water-based activities such as diving and wind-surfing*

Kenyataan di atas merujuk kepada jenis pelancongan yang mana?

- A. Activity tourism
Pelancongan aktiviti
- B. Cultural tourism
Pelancongan kebudayaan
- C. Special interest tourism
Pelancongan minat khas
- D. Hedonistic tourism
Pelancongan hedonistik

4. Why VFR market is notoriously difficult to measure?

Mengapa pasaran VFR amat sukar untuk diukur?

- A. VFR tourist usually travel domestically and no international boundaries are crossed

Pelancang VFR kebiasanya melancong secara domestic dan tidak mengunjungi sempadan antarabangsa

- B. VFR tourist do not usually travel domestically and no international boundaries are crossed

Pelancang VFR kebiasanya tidak melancong secara domestic dan tidak mengunjungi sempadan antarabangsa

- C. VFR tourist usually make use of commercial accommodation establishment where visitor data could be collected

Pelancang VFR kebiasanya menggunakan pertubuhan penginapan komersial dimana data pengunjung boleh dikumpul

- D. VFR tourist do not usually make use of commercial accommodation establishment where visitor data could be collected

Pelancang VFR kebiasanya tidak menggunakan pertubuhan penginapan komersial dimana data pengunjung boleh dikumpul

CLO2
C2

5. Factors that influence the decision to choose holiday are
Antara faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan percutian adalah
- I. Lifestyle
Gaya hidup
 - II. Word of mouth
Perbualan mulut
 - III. Climate of regions
Iklim
 - IV. Politic restrictions
Sekatan politik
- 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. I, II, III and IV
I, II, III dan IV
6. In personal determinants of tourist behavior, there are four determinants which are circumstances, knowledge, attitude, perception and _____ of the tourist.
Dalam penentu peribadi tingkah laku seseorang pelancong, terdapat empat penentu yang mempengaruhi mereka iaitu keadaan, pengetahuan, sikap, persepsi dan _____ pelancong.
- A. views
Pandangan
 - B. experience
Pengalaman
 - C. influences
Pengaruh
 - D. feedback
Maklumbalas

CLO2
C2

7. Which of the following statements is the internal factor influencing the holiday decision made by a tourist ?

Kenyataan yang manakah merupakan faktor dalaman yang mempengaruhi keputusan untuk bercuti oleh seorang pelancong ?

- A. Disposable income
Lebihan pendapatan
- B. Advice of travel agents
Nasihat daripada agen pelancongan
- C. Political restrictions on travel
Halangan politik dalam pelancongan
- D. The climate
Iklim

CLO2
C2

8. The purchase decisions are the result from three behavioral concept **EXCEPT**

Keputusan pembelian adalah hasil daripada konsep tiga gelagat pelancong KECUALI :

- A. Motivation
Motivasi
- B. Cognitive
Kognitif
- C. Past experience
Pengalaman yang lepas
- D. Learning
Pembelajaran

CLO 3

C1

9. "Theme parks markets are often described in terms of catchment area". This **segmentation refers to the ...**

"*Pasaran taman tema seringkali digambarkan dalam bentuk kawasan tadahan*". *Segmentasi ini merujuk kepada ...*

- A. Geographical segmentation
Segmentasi geografi
- B. Behaviouristic segmentation
Segmentasi gelagat
- C. Psychographic segmentation
Segmentasi psikografik
- D. Socioeconomic segmentation
Segmentasi sosioekonomi

New experiences. Romance.
Pengalaman baru. Romantik.

CLO 3

C2

10. The above statement refers to one of the family life cycle. Stage of the family life cycle is ...

Kenyataan di atas merujuk kepada salah satu kitaran peringkat kehidupan berkeluarga. Kitaran peringkat kehidupan berkeluarga tersebut ialah ...

- A. Teenagers
Remaja
- B. Young adult
Dewasa
- C. Young couple
Pasangan muda
- D. Growing families
Pertumbuhan keluarga

CLO 3

C2 11. Which are the following is one of the classic ways of segmenting market?

Manakah yang berikut merupakan salah satu daripada pasaran segmentasi klasik?

- A. Allocentric segmentation
Segmentasi allocentrik
- B. Hedonistic segmentation
Segmentasi hedonistic
- C. Materialistic segmentation
Segmentasi materialistic
- D. Demographic segmentation
Segmentasi demografik

- Is the consumer who uses service but not the customer
Merupakan pengguna yang menggunakan perkhidmatan tetapi bukanlah merupakan pelanggan
- Does not usually choose their destination
Selalunya tidak dapat memilih lokasi
- Travel relatively frequently
Kerap mengembara
- Usually more experienced, demanding consumer
Kebiasaannya lebih berpengalaman,

CLO4
C2

12. Which of the market segmentation best describe the above statement?

Manakah segmentasi pemasaran berikut yang paling tepat menggambarkan penyataan di atas ?

- A. Leisure Tourist
Pelancong santai
- B. Business Tourist
Pelancong Perniagaan
- C. Hedonistic Tourist
Pelancong Hedonistic
- D. Excursionists and day-trippers
Excursionists dan pelancong harian

CLO4
C2

13. Which of the following describe The Snowbird Market?

Manakah antara berikut menggambarkan Pasaran Snowbird

- A. Mainly focusing to a younger market
Tertumpu kepada generasi muda
- B. Independence rather than packaged travel
Pelancongna bebas berbanding pelancongan tumpu
- C. To escape the cold weather in their own state
Melepaskan diri dari cuaca sejuk di Negara sendiri
- D. A single-sex group holiday with a group of friends
Percutian sekumpulan rakan yang sama jantina

- Student Exchanges
Pertukaran pelajar
- Young people attending language classes
Golongan remaja menghadiri kelas bahasa
- Theme holidays where tourist travel with like-minded people
Percutian tema yang mana pelancongan mengembala bersama rakan yang sefikiran dengannya.

CLO4
C2

14. Which of the market segmentation best describe the above statement?

Manakah antara segmentasi pasaran berikut yang paling tepat menggambarkan penyataan di atas?

- A. Religious Tourist
Pelancong keagamaan
- B. Educational Tourist
Pelancong Pendidikan
- C. The “Snowbird” Market
Pasaran “Snowbird”
- D. Excursionists and day-trippers
Excursionists dan pelancong harian

CLO 4

C3

15. The tourism industry needs research data about consumer behavior and market trend

because it helps the industry as the following, EXCEPT

Industri pelancongan memerlukan data kajian berkenaan gelagat pengguna dan corak pasaran kerana ianya membantu industri seperti berikut, KECUALI

- A. Suggest opportunities for diversion.
Mencadangkan peluang untuk pelancongan
- B. Review and change brands and logos.
Mengkaji semula dan mengubah jenama dan logo.
- C. Identify opportunities for product development.
Mengenalpasti peluang untuk pembangunan produk.
- D. Ensure the distribution network is working effectively.
Memastikan penyebaran rangkaian berkesan

“The way in which the product is defined by consumers on important attributes – the place the product occupies in the consumers’ minds.” (Kotler and Armstrong, 2004)

“Cara yang mana produk didefinisikan oleh pengguna pada ciri-ciri yang penting – perletakan produk dalam minda pelanggan.” (Kotler dan Armstrong, 2004)

CLO 4
C2

16. The above statement refers to:

Kenyataan di atas merujuk kepada:

- A. Product strategy
Strategi produk
- B. Product positioning
Perletakan produk
- C. Product segmentation
Pemetaan produk
- D. Product differentiation
Pembezaan produk

17.

- To gain positive images of an organization in potential consumer's minds.

CLO4
C3

- Untuk mendapatkan imej yang positif tentang organisasi dalam minda pengguna yang berpotensi.
- To associate products with popular individuals in the consumer's mind.
- Untuk meletakkan produk dengan individu popular dalam minda pelanggan.

Which marketing communication in relation to consumer behavior is that the above statements refer?

Komunikasi pemasaran berkaitan tingkah laku pengguna yang manakah merujuk kenyataan di atas?

- A. Advertising
Pengiklanan
- B. Sponsorship
Penajaan
- C. Personal selling
Jualan personal
- D. Sales promotion
Promosi Jualan

18. Which of the following statement is **NOT** regarding the importance of tourist satisfaction?

Berikut adalah penyataan **BUKAN** berkaitan kepentingan kepuasan pelancong

- A. Tourist satisfaction leads to positive word-of-mouth recommendation of the product, which in turn brings in new customers

Kepuasan pelancong akan memberi kesan positif kepada produk melalui promosi mulut-ke-mulut dan akan membawa pelanggan yang baru.

- B. Dealing with customer complaints is expensive, time-consuming and bad for the organization's reputation.

Menangani aduan pelanggan adalah mahal, memakan masa dan akan merosot reputasi organisasi.

- C. Creating a repeat customer by satisfying them with their first use of the products a steady source of income with no need for extra marketing expenditure

Mewujudkan pelanggan berulang dengan memuaskan pengalaman kali pertama mereka produk sumber pendapatan yang stabil dengan tidak perlu untuk perbelanjaan pemasaran tambahan

- D. Part of a hotel or restaurant's star rating is customer service.

Sebahagian daripada penarafan bintang hotel atau restoran adalah perkhidmatan pelanggan.

19. Which of the following statement is **NOT** regarding the emergence of changes in tourist demand?

Berikut adalah penyataan **BUKAN** mengenai kemunculan perubahan dalam permintaan pelancong?

- A. An increasing number of people travelling abroad to get married.

Peningkatan bilangan pelancong yang melancong ke luar negara dengan sebab berkahwin

- B. The demand for new types of tourism product

Permintaan bagi jenis produk pelancongan yang baru

- C. The extinction of some older established forms of tourism

Beberapa bentuk pelancongan yang lama telah dimusnahkan

- D. Direct sell is better to ensure the tourist receives more detailed information about the product.

Jualan langsung adalah lebih baik untuk memastikan pelancong menerima maklumat yang lebih terperinci mengenai produk tertentu.

20. The SERVQUAL technique stated that service quality has five dimensions, which are...

~~Teknik SERVQUAL menyatakan bahawa kualiti perkhidmatan mempunyai lima dimensi, iaitu ...~~

- A. Tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy
Ketara, kebolehpercayaan, responsif, jaminan dan empati
- B. Service element, tourist attitudes, tourist expectations, responsiveness and empathy
Elemen Perkhidmatan, sikap pelancong, jangkaan pelancong, responsif dan empati
- C. Appearance of personnel, courtesy of employees, willingness, individual attention and role of intermediaries
Keterampilan kakitangan, budi bahasa pekerja, kesanggupan, perhatian individu dan peranan pengantara
- D. Tangibles, intangibility, inseparability of production and consumption, perishability and intrinsic services nature of heterogeneity.
Ketara, tidak ketara, tidak dapat dipisahkan, perishability pengeluaran dan penggunaan, dan sifat intrinsik perkhidmatan heterogenitas.

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**CLO1
C1

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

Definisikan “Consumer Behaviour” dalam perspektif pelancongan.

[2 marks]

[2 markah]

CLO1
C2

- (b) Identify **EIGHT (8)** factors that influence the nature of tourism demand in different countries across the world.

*Kenalpasti **LAPAN (8)** faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan di setiap negara di dunia.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO1
C2

- (c) Describe **FIVE (5)** stages of ‘Travel-buying Behavior’ by Mathieson and Wall 1982.

*Huraikan **LIMA (5)** peringkat ‘Gelagat Pembelian-Perjalanan’ yang di perkenalkan oleh Mathieson and Wall 1982.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

CLO2

C2

- (a) State
- FIVE (5)**
- characteristics of service.

*Nyatakan **LIMA (5)** ciri-ciri perkhidmatan.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO2

C3

- (b) Consumers normally undergo five stages in purchase decision process. Briefly explain

FIVE (5) stages of consumer purchase decision process.*Pengguna kebiasaananya melalui lima peringkat dalam proses membuat keputusan untuk pembelian. Jelaskan secara ringkas **LIMA (5)** peringkat dalam proses membuat keputusan untuk pembelian.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO3

C2

- (a) Define tourist and traveler according to Sharpley (1994)

Terangkan maksud pelancong dan pengembara menurut Sharpley (1994)

[2 marks]

[2markah]

CLO3

C2

- (b) According to Cohen (1979), he suggested a five-group classification of tourist.

*Explain FIVE (5) types of the group.**Menurut Cohen (1979), beliau telah mengenalpasti terdapat lima jenis kumpulan pelancong. Terangkan LIMA(5) kumpulan pelancong tersebut.*

[10 marks]

[10 markah]

CLO3

C2

- (c) Briefly explain the criteria of these market segmentation below:-

Terangkan secara ringkas kriteria segmentasi pasaran di bawah:

- i. geographical segmentation
segmentasi geografi
- ii. psychographic segmentation
segmentasi psikografik
- iii. demographic segmentation
segmentasi demografi
- iv. behaviouristic segmentation
segmentasi tingkah laku

[8 marks]

[8 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**CLO4
C2

- (a) Determine
- FIVE (5)**
- characterizes of short-break market.

*Tentukan **LIMA (5)** ciri-ciri pasaran jangka-pendek.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO4
C2

- (b) In most sections of tourism there are some common methods of segmenting the market. Point out
- FIVE (5)**
- segmentations involved.

*Beberapa kaedah segmentasi pemasaran yang utama digunakan dalam industri pelancongan. Senaraikan **LIMA (5)** segmentasi yang terlibat.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO4
C2

- (c) Identify
- FIVE (5)**
- destination zone based on the sectors of tourism.

*Kenalpasti **LIMA (5)** pengezonan destinasi berdasarkan sektor-sektor pelancongan.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 5**SOALAN 5**CLO4
C2

- (a) State
- FOUR (4)**
- basic P's in Marketing.

*Nyatakan **EMPAT (4)** asas P's dalam Pemasaran .*

[2 marks]

[2 markah]

CLO4
C2

- (b) State other
- THREE (3)**
- basic P's inter-related in Marketing.

*Nyatakan **TIGA (3)** asas P's yang lain berkaitan dengan Pemasaran.*

[3 marks]

[3 markah]

CLO4
C2

- (c) Explain
- FIVE (5)**
- methods of marketing communication for Promotional Strategy.

*Terangkan **LIMA (5)** kaedah komunikasi pemasaran dalam strategi promosi.*

[15 marks]

[15 markah]

QUESTION 6**SOALAN 6**CLO5
C2

- (a) Give
- SIX (6)**
- important that emerge in the tourism industry.

*Berikan **ENAM (6)** kepentingan pertumbuhan industri pelancongan*

[6 marks]

[6 markah]

CLO5
C2

- (b) Identify
- FIVE (5)**
- factors that will influence tourist behavior in the future.

*Jelaskan **LIMA (5)** faktor-faktor yang boleh mempengaruhi kelakuan pelancong di masa hadapan*

[10 marks]

[10 markah]

CLO5
C2

- (c) List
- FOUR (4)**
- new agendas of a research in consumer behavior research in tourism industry

*Senaraikan **EMPAT (4)** agenda baru untuk penyelidikan tingkah laku pengguna di dalam industri pelancongan*

[4marks]

[4markah]

SOALAN TAMAT

