

SULIT



BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN  
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK  
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI JUN 2015

HT514 – TOURIST BEHAVIOUR

TARIKH : 26 OKTOBER 2015  
MASA : 11.15 AM – 1.15 PM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **ENAM BELAS (16)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

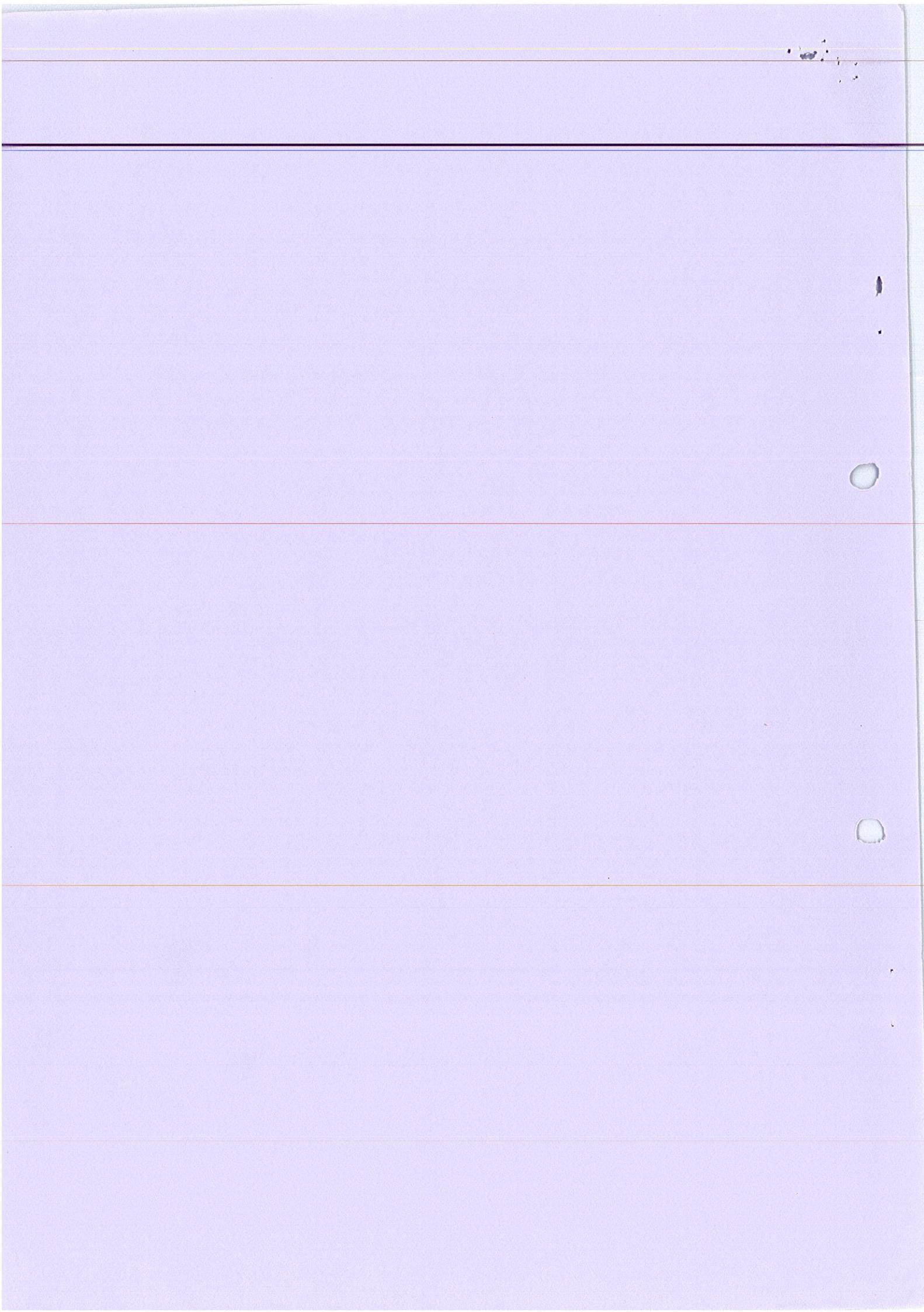
Bahagian B: Esei (6 soalan)

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.*

**"Tourist Behavior is a fascinating but difficult subject to research"**  
"Gelagat Pelancong adalah menarik tetapi sukar untuk diselidik"

CLO 1  
C2

1. Which of the following is **TRUE** to describe the above statement?  
*Yang manakah adalah **BENAR** untuk menerangkan pernyataan di atas?*
  - A. Tourist behavior is something that can be discovered through primary research.  
*Gelagat Pelancong adalah sesuatu yang boleh diterokai melalui penyelidikan utama.*
  - B. Tourist behavior is something that can be discovered through secondary research.  
*Gelagat Pelancong adalah sesuatu yang boleh diterokai melalui penyelidikan sekunder.*
  - C. The statement is particularly relevant to the tourism field, where the decision to purchase by a tourist is of emotional significance.  
*Kenyataan itu adalah relevan dalam bidang pelancongan, yang mana keputusan untuk membeli oleh pelancong berkait rapat dengan emosi.*
  - D. The statement is vital if the marketing activity carried out by organizations is to be effective.  
*Kenyataan itu adalah penting untuk diambil kira jika ingin aktiviti pemasaran yang dijalankan oleh organisasi berkesan*

CLO 1  
C2

2. The definition of Tourist behavior emphasizes the importance of psychological process which the tourist goes through during \_\_\_\_\_.

Takrifan Gelagat Pelancong menekankan kepentingan proses psikologi yang dilalui oleh pelancong semasa \_\_\_\_\_.

- A. Pre-purchase and post-purchase stages.  
*Pra-pembelian dan peringkat selepas pembelian*
- B. Past-purchase and post-purchase stages.  
*Lepas beli dan peringkat selepas pembelian*
- C. Previous-purchase and past-purchase stages.  
*pembelian-sebelumnya dan peringkat lepas pembelian.*
- D. Past-purchase and previous-purchase stages.  
*Lepas pembelian dan peringkat pembelian-sebelmnya*

- Tourist seek pleasurable activities/ *Pelancong mencari aktiviti yang menyeronokkan*
- Experience based on physical pleasure and social life/ *Pengalaman berdasarkan keseronokan fizikal dan kehidupan sosial*
- Younger and travels in a group/ *muda dan melancang dalam kumpulan*

CLO 1  
C2

3. The above statements refer to:  
*Kenyataan di atas merujuk kepada:*

- A. Business tourism  
*Pelancongan perniagaan*
- B. Educational tourism  
*Pelancongan pendidikan*
- C. Hedonistic tourism  
*Pelancongan Hedonistic*
- D. Religious tourism  
*Pelancongan keagamaan*

CLO1  
C2

4. Which of the following consumer behaviour model concentrates on the organization's attempts to communicate with the consumer and the consumer's predisposition to act in certain way?

*Yang manakah antara model gelagat pengguna berikut menumpukan kepada percubaan organisasi untuk berkomunikasi dengan pengguna dan kecenderungan pengguna untuk bertindak dengan cara tertentu ?*

- A. Andreason model  
*Model Andreason*
- B. Howard-Sheth model  
*Model Howard-Sheth*
- C. Nicosia model  
*Model Nicosia*
- D. Stimulus-response model  
*Model Stimulus-response*

CLO 2  
C2

5. The purchase decision is the result from the three behavioral concept **EXCEPT**  
*Keputusan pembelian adalah hasil daripada konsep tiga gelagat **KECUALI:***
- A. Motivation  
*Motivasi*
  - B. Cognition  
*Kognitif*
  - C. Past Experience  
*Pengalaman Yang Lepas*
  - D. Learning  
*Pembelajaran*

CLO2

C2

6. In the classical marketing theory, this is one of the four criteria in segmenting the subgroup who share the same purchase characteristics. Its \_\_\_\_\_

*Di dalam teori pemasaran klasik, ia adalah salah satu dari empat ciri di dalam subkumpulan yang berkongsi ciri-ciri pembelian yang sama. Ia adalah \_\_\_\_\_*

- A. Demographic  
*Demografi*
- B. Geographical  
*Geografi*
- C. Psychographical  
*Psikografi*
- D. Behaviouristic  
*Tingkah Laku*

CLO2

C2

7. \_\_\_\_\_ refers to difficulty for the tourism provider to provide same level of service every 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*

CLO2  
C2

8. Consumers will change their behavior pattern according to the types of holiday taken, their motives to the occasion and \_\_\_\_\_.

*Pengguna akan mengubah pola tingkah laku mereka mengikut jenis pelancongan, motif terhadap percutian dan \_\_\_\_\_.*

- A. mode of travel  
*cara perjalanan*
- B. package holiday or independent travel  
*pakej percutian atau perjalanan bebas*
- C. amount to spend  
*jumlah berbelanja*
- D. position in the family life cycle  
*kedudukan di dalam kitaran kehidupan keluarga*

CLO 3  
C2

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

*Yang manakah antara berikut BUKAN jenis pelancong menurut Gallup dan American Express (1989)?*

- A. Adventurers  
*Lasak*
- B. Worries  
*Bimbang*
- C. Venturer  
*Berani*
- D. Dreamers  
*Berimpikan*

CLO 3  
C2

10. Which of the following is NOT the types of tourist categorized by Cohen (1972)?

*Yang 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

11. Psychographic segmentation consists of  
*Segmentasi psikografi terdiri daripada*

- I. Hobbies  
*Hobi*
  - II. Religion  
*Agama*
  - III. Food  
*Makanan*
  - IV. Opinion  
*Pendapat*
- 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  
*II, III dan IV*

CLO 3  
C2

12. These are the basic factors that affect market segmentation EXCEPT  
*Berikut adalah faktor-faktor asas yang memberi kesan segmentasi pasaran KECUALI*

- I. Clear identification of the segment  
*Pengenalan kepada segment yang jelas*
  - II. Measurability of its effective size  
*Tahap pengukuran kepada saiz yang efektif*
  - III. Its accessibility through promotional efforts  
*Kebolehcapaian melalui usaha pemasaran*
  - IV. Marketing mix  
*Campuran pemasaran*
- A. I and II  
*I dan II*
- B. I, II and III  
*I, II dan III*
- C. II, III and IV  
*II, III dan IV*
- D. IV only  
*IV sahaja*

CLO 3  
C2

13. The statement below, best refer to  
*Kenyataan di bawah sesuai merujuk kepada*

“The total number of persons 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”*

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

SULIT

CLO3  
C2

14. Which of the following is the best definition to “Snowbird market”  
*Yang manakah antara berikut adalah definisi terbaik kepada "pasaran Snowbird"*

- A. Appeal mainly to younger generation with no kids  
*Menarik terutamanya kepada generasi muda yang tidak mempunyai anak-anak*
- B. Travelled independently  
*Melancong secara berdikari*
- C. Taken by retired people who have time to take a long vacation  
*Dilakukan oleh pesara yang mempunyai masa untuk mengambil cuti panjang*
- D. A single sex group holiday with a group of friends  
*Percutian kumpulan jantina tunggal dengan sekumpulan rakan-rakan*

CLO 4  
C3

15. Which of this is NOT the method of marketing communication?  
*Yang manakah antara berikut **BUKAN** kaedah komunikasi pemasaran?*

- A. Direct Mail  
*Hantar Terus*
- B. Point Of Sale Material  
*Pamerkan Bahan Jualan*
- C. Sales Promotion  
*Promosi Jualan*
- D. Observation  
*Pemerhatian*

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. This definition refers to.....

*Kaedah ini digunakan dengan meletakkan dan memaparkan barang di tingkap premis untuk menarik perhatian dan memaklumkan kepada pelanggan. 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. There are four stages in the product life cycle which are induction stage, growth stage, maturity stage and \_\_\_\_\_.

Terdapat empat peringkat dalam kitaran hayat produk iaitu peringkat induksi, peringkat pertumbuhan, kematangan dan \_\_\_\_\_.

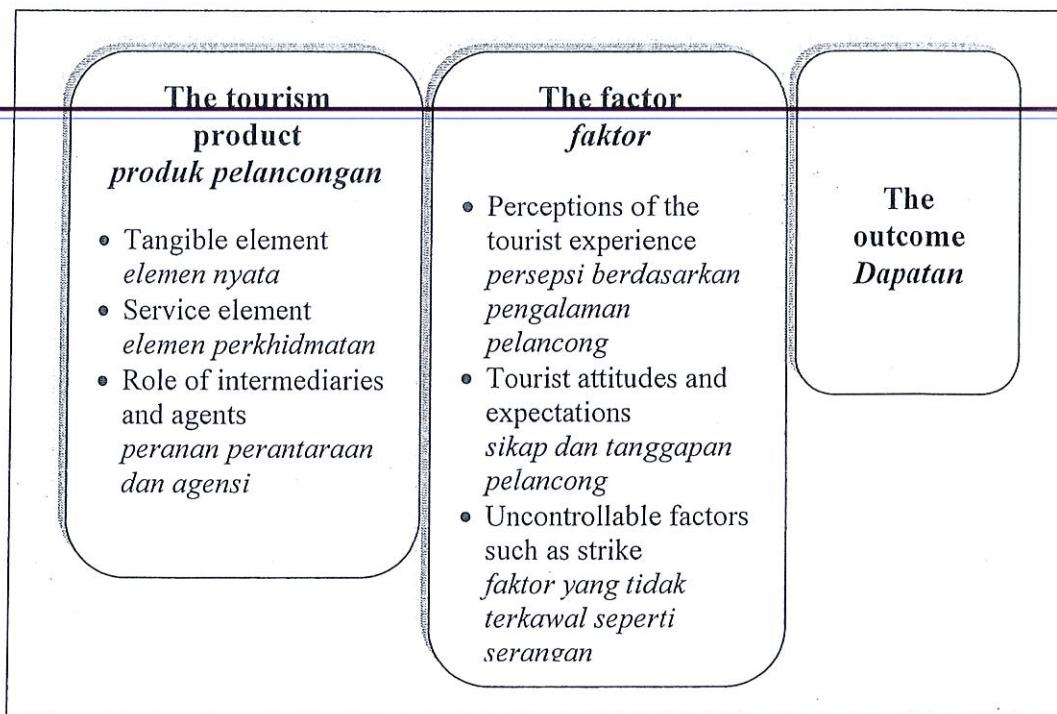
- A. Maintain Stage  
*Peringkat Berkekalan*
- B. Decline Stage  
*Peringkat Penurunan*
- C. Well-Known Stage  
*Peringkat Penguasaan*
- D. Well-Matured Stage  
*Peringkat Matang*

CLO 5  
C2

18. Which of the following statements describe the “all-inclusive vacation concept”?

*Yang manakah pernyataan yang menggambarkan “konsep percutian semua inklusif”?*

- A. The growing concern over green issues which has focused attention on the plight of rainforests and endangered wildlife  
*Kebimbangan yang semakin meningkat berkaitan isu hijau yang memberi perhatian kepada nasib hutan hujan dan hidupan liar yang terancam*
- B. Because of a fear of crime and language difficulties, many tourists do not feel confident enough to travel away from their accommodation  
*Kerana takut akan jenayah dan kesukaran berbahasa, ramai pelancong tidak yakin untuk melancong jauh dari tempat kediaman mereka*
- C. The growing number of couples that are making a conscious decision not to have children and the relatively high disposal income of this segment  
*Peningkatan bilangan pasangan yang membuat keputusan untuk tidak memiliki anak dan mempunyai pendapatan lebih yang tinggi*
- D. The growth of technologies such as Internet, smart cards and multimedia systems, has made direct booking easier both for tourists and the industry  
*Peningkatan teknologi seperti Internet, kad pintar dan system multimedia, membuat tempahan secara terus lebih mudah bagi pelancong dan industri*



**Figure 6: The “X” Process**  
**Rajah 6: Proses “X”**

CLO 5  
 C2

19. Based on the Figure 6 above, what is “X” is.....

- Berdasarkan Rajah 6 di atas, apakah “X” adalah.....*
- A. Tourist satisfaction  
*Kepuasan pelancong*
  - B. Consumer decision-making  
*Pembuatan keputusan pelanggan*
  - C. Marketing planning  
*Rancangan pemasaran*
  - D. Product life-cycle  
*Kitaran hayat produk*

CLO 5  
C2

20. Stress caused by any aspect of vacation tends to lead to tourist dissatisfaction.  
This stress can result from variety of sources

*Tekanan yang disebabkan oleh sebarang aspek percutian boleh mengakibatkan ketidakpuasan pelancong. Tekanan ini boleh berpunca daripada pelbagai sumber*

- I. Transport delay  
*Pengangkutan tergendala*
  - II. Problems with foreign languages  
*Masalah dengan bahasa asing*
  - III. Unfamiliar customs and food  
*Budaya dan makanan yang asing*
  - IV. Motivation  
*Motivasi*
- 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  
*II, III dan IV*

SULIT

**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  
C2

- (a) Identify FIVE (5) interrelated factors that has been well documented in the rapid growth of mass tourism in Europe since the late 1940's.

*Kenalpasti LIMA (5) faktor berkaitan yang telah didokumentasi dalam pembangunan pesat pelancongan di Eropah sejak akhir tahun 1940.*

[5 marks]

[5 markah]

CLO 2  
C2

- (b) Explain stated types of tourism

*Terangkan jenis-jenis pelancongan berikut*

i. Cultural tourism

*Pelancongan budaya*

ii. Hedonistic tourism

*Pelancongan hedonistik*

iii. Religious tourism

*Pelancongan keagamaan*

iv. Health tourism

*Pelancongan kesihatan*

v. Visiting friends and relatives

*Melawat rakan-rakan dan saudara-mara*

[15 marks]

[15 markah]

**QUESTION 2****SOALAN 2**

CLO 2

C1

- (a) Define the terms below:

*Berikan definisi terma di bawah:*

- i. Motivation

*Motivasi*

- ii. Determinants

*Penentu*

[4 marks]

[4 markah]

CLO 2

C2

- (b) Explain briefly TWO (2) personal determinants of tourist behaviour that might affect the travel pattern.

*Terangkan secara ringkas DUA (2) penentu peribadi dalam gelagat pelancong yang mungkin memberi kesan kepada corak perjalanan.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO 2

C2

- (c) Explain the Second Stage of Purchase Decision Making Process by Kotler (2008).

*Terangkan peringkat Kedua dalam Proses Membuat Keputusan Pembelian oleh Kotler (2008).*

[10 marks]

[10 markah]

**QUESTION 3****SOALAN 3**

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

*Terangkan maksud pelancong dan pengembara menurut Sharpley (1994)*

CLO3  
C1

[2 marks]

[2markah]

- (b) According to Cohen (1972), he suggested four types of tourist. Explain all **FOUR (4)** types of them.

*Menurut Cohen (1972), terdapat empat jenis kumpulan pelancong. Terangkan semua EMPAT (4) kumpulan pelancong tersebut.*

CLO3  
C2

[8 marks]

[8 markah]

CLO3  
C2

- (c) Explain briefly the criteria of these market segmentation below:-

*Terangkan secara ringkas kriteria segmentasi pasaran di bawah:*

- i. Geographical Segmentation

*Segmen Geografi*

- ii. Psychographic Segmentation

*Segmen Psikografik*

- iii. Demographic Segmentation

*Segmen Demografi*

- iv. Behaviouristic Segmentation

*Segmen Tingkah Laku*

- v. Sosioeconomic Segmentation

*Segmen Sosioekonomi*

[10marks]

[10markah]

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

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

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

[5 marks]

[5 markah]

CLO 4  
C2

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

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

[5 marks]

[5 markah]

CLO4  
C1

- (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**CLO 5  
C2

- (a) Marketing process involves marketing mix known as Four P's. State the basic **FOUR (4)** P's in Marketing?

*Proses pemasaran melibatkan campuran pasaran. Nyatakan asas **EMPAT (4) P** dalam Pemasaran?*

[2 marks]

[2 markah]

CLO 5  
C2

- (b) Explain **THREE (3)** importance of consumer behavior in developing tourism product.

*Terangkan **TIGA (3)** kepentingan gelagat pengguna di dalam membangunkan produk pelancongan*

[3 marks]

[3markah]

CLO 5  
C2

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

*Terangkan **LIMA (5)** kaedah komunikasi pemasaran untuk strategi promosi terhadap produk pelancongan.*

[15 marks]

[15markah]

## QUESTION 6

## SOALAN 6

CLO 5

C1

- (a) Define green tourist.

*Definisi pelancong hijau.*

[2 marks]

[2 markah]

CLO 5

C1

- (b) Identify **EIGHT (8)** issues concerning the green tourist.

*Kenalpasti **LAPAN (8)** isu yang berkaitan dengan pelancong hijau.*

[8 marks]

[8 markah]

CLO 5

C2

- (c) Explain **FIVE (5)** reasons the need to ensure the tourist satisfaction being achieved in tourism industry.

*Terangkan **LIMA (5)** sebab keperluan untuk memastikan kepuasan pelancong tercapai dalam industri pelancongan.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT

