

SULIT



**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENGAJIAN TINGGI**

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2022/2023

DTM30243: TOURIST BEHAVIOUR

TARIKH : 28 DISEMBER 2022 (RABU)

MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **TIGA PULUH (30)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

Bahagian B: Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan : Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION B: 80 MARKS

BAHAGIAN B: 80 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **EMPAT (4)** soalan berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO1
C2

- a) Explain **TWO (2)** Rights of a tourist that has been listed by the Ministry of Domestic Trade, Co-operatives and Consumerism, Malaysia. Provide appropriate examples.

*Terangkan **DUA (2)** hak seorang pelancong yang dinyatakan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan, Malaysia. Berikan contoh yang sesuai.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO1 b) Explain **TWO (2)** characteristics of consumer behavior based on each type of
C2 tourism as follows. Provide appropriate examples.

*Terangkan **TWO (2)** ciri gelagat pengguna berdasarkan setiap jenis pelancongan berikut.*

- i. Religious Tourism
Pelancongan Keagamaan

- ii. Educational Tourism
Pelancongan Pendidikan

- iii. Special Interest Tourism
Pelancongan 'Special Interest'

[6 marks]
[6 markah]

UNIT PEPERIKSAAN PHT

CLO1
C3

- c) Briefly write down the historical development of tourism in the following regions in the world.

Tuliskan secara ringkas sejarah pembangunan pelancongan di negara berikut:

i. Europe
Eropah

ii. The Middle East
Negara Timur Tengah

iii. North America
Amerika Utara

iv. Africa
Afrika

iv. Asia
Asia

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

- CLO1
C2
- a) Discuss briefly **TWO (2)** major motivators for each of the visitor attractions below.
*Bincangkan secara ringkas **DUA (2)** pendorong utama bagi setiap jenis tarikan pelancong di bawah ini:*
- i. Theme Park
Taman Tema
 - ii. Art Gallery
Galeri Seni
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1
C2
- b) The tourist's decision to purchase or not to purchase a product or service is an important moment for most marketers. There are many factors that can influence tourists in making a purchase decision.
Based on the above statement, explain how **THREE (3)** external factors can influence the tourist travel decision. Provide appropriate examples.
*Keputusan pelancong untuk membeli atau tidak membeli produk atau perkhidmatan adalah sangat penting bagi kebanyakan pemarkar. Terdapat banyak faktor yang boleh mempengaruhi pelancong dalam membuat keputusan pembelian.
Berdasarkan kenyataan di atas, terangkan bagaimana **TIGA (3)** faktor luaran boleh mempengaruhi keputusan percutian pelancong. Berikan contoh yang sesuai.*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1
C3
- c) The motivation of tourists stems from the domain of human psychology. It is the satisfaction-forming factor. Human motivation can be explained using the Maslow Hierarchy of Needs.
Examine **FIVE (5)** levels of the theory. Provide appropriate examples.

Motivasi pelancong berpunca daripada domain psikologi manusia. Ia adalah faktor pembentuk kepuasan. Motivasi manusia boleh dijelaskan menggunakan Hierarki Keperluan Maslow.

*Tuliskan **LIMA (5)** peringkat bagi teori tersebut. Berikan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

UNIT PEPERIKSAAN PHT

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO2
C2

- a) Dividing the market into smaller groups of consumers or organizations in which each consumer has a common characteristic as a need and want is very important. It involves building up or breaking down potential buyers into groups called market segments.

Explain **THREE (3)** benefits of market segmentation.

Membahagikan pasaran kepada kumpulan pengguna atau organisasi yang lebih kecil di mana setiap pengguna mempunyai ciri-ciri yang sama seperti keperluan dan kehendak adalah sangat penting. Ia melibatkan membina atau membahagikan pembeli yang berpotensi ke dalam kumpulan yang dipanggil segmen pasaran.

*Terangkan **TIGA (3)** faedah segmentasi pasaran.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO2
C3

- b) A useful technique for structuring the market is market segmentation- the breaking down or building up of potential buyers into groups where every single market is thought of as processing some sort of homogeneous characteristic relating to its purchasing or consumption behavior, which is ultimately reflected in its responsiveness to marketing programs.

Based on the above statement, demonstrate how **THREE (3)** ways of segmenting consumer markets in the tourism industry can be done effectively.

Teknik yang berguna untuk menstruktur pasaran adalah segmentasi pasaran – membahagikan pembeli berpotensi ke dalam kumpulan-kumpulan tertentu yang mana setiap kumpulan pasaran mempunyai keperluan, ciri-ciri atau kelakuan pembelian yang sama dan tindakbalas terhadap program-program pemasaran.

*Berdasarkan pernyataan di atas, tunjukkan bagaimana **TIGA (3)** cara membahagikan pasaran pengguna dalam industri pelancongan dapat dilakukan dengan berkesan.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO2
C4

- c) There are many types of tourists who have different demands for a destination. Tourist typologies are descriptors of distinctive forms of tourist consumer behavior. They reflect different motivations, interests, and styles of travel on the part of tourists. Most of the typologies attempt to group tourists according to their preferences in terms of destinations, activities while on holiday, and independent travel versus package holidays. The purpose of these typologies is to divide the tourists into different groups in order to find out what the specific tourist want. In 1972, an influential sociologist, Cohen, identified and introduced **FOUR (4)** types of tourists in his typology. Determine the differences in characteristics of tourists developed by Cohen.

Terdapat banyak jenis pelancong yang mempunyai permintaan yang berbeza terhadap destinasi. Tipologi pelancong menerangkan tentang bentuk-bentuk tingkah laku pengguna pelancong. Ia mencerminkan motivasi, minat dan gaya perjalanan yang berbeza di kalangan pelancong. Kebanyakan tipologi cuba mengumpulkan pelancong mengikut pilihan mereka dari segi destinasi, aktiviti semasa bercuti, perjalanan bebas berbanding pakej percutian. Tujuan tipologi ini adalah untuk membahagikan pelancong ke dalam kumpulan yang berbeza untuk mengetahui apakah keperluan dan keinginan seseorang pelancong.

*Pada tahun 1972, seorang ahli sosiologi berpengaruh, iaitu Cohen, telah mengenalpasti dan memperkenalkan **EMPAT (4)** jenis pelancong dalam tipologinya. Tentukan ciri-ciri perbezaan jenis pelancong yang dibangunkan oleh Cohen.*

[8 marks]
[8 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO2
C2

- a) Every day, people move from one place to another, either from City to City, State to State, or Country to Country. Most of these travelers travel for different purposes. Some travel for business purposes and others for leisure. Some travel for months, weeks, days, and sometimes, for less than twenty-four hours. If you are a traveler—or would-be traveler—it is necessary to know the difference between business and leisure travel.

Compare **THREE (3)** characteristics of business travelers and leisure tourists.

Setiap hari, orang bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain, sama ada dari Bandar ke Bandar, Negeri ke Negeri, atau Negara ke Negara. Kebanyakan pelancong ini melakukan perjalanan untuk tujuan yang berbeza. Sesetengah perjalanan untuk tujuan perniagaan dan lain-lain untuk masa lapang. Sesetengah perjalanan selama berbulan-bulan, minggu, hari dan kadang-kadang, kurang daripada dua puluh empat jam. Jika anda seorang pengembara—atau bakal pengembara—adalah perlu untuk mengetahui perbezaan antara perjalanan perniagaan dan percutian.

*Bandingkan **TIGA (3)** ciri-ciri pelancong perniagaan dan pelancong percutian.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO2
C3

b)



Figure above illustrates the buying process of an e-consumer. E-consumers nowadays are increasingly involved in the online transaction of sale of goods where mostly the transaction is cross border in nature rather than domestic.

Write down **THREE (3)** benefits of e-consumer with relevant examples.

Rajah 1 menunjukkan proses e-pengguna. Kini, penglibatan e-pengguna dalam urusan niaga jualan dalam talian semakin meningkat di mana kebanyakan transaksi adalah bersilang sempadan berbanding domestik.

*Tuliskan **TIGA (3)** manfaat e-pengguna dengan contoh yang berkaitan.*

[6 marks]
[6 markah]

CLO2
C4

c) Promotion is one of the elements in the marketing mix for tourism organizations.

Promotion is the way in which the tourism organization communicates in an effective way with its target customers. Promotion is used by organizations to affect the way in which consumers behave and it is, therefore, a vital motivator for any tourism organization. Tourism organizations can use a variety of methods for their marketing communication. There is a variety of marketing communication techniques or types, which will have different effects on consumer behavior.

Determine how **FOUR (4)** types of marketing communications that travel organizations can use in promoting their products or services to customers.

Promosi adalah salah satu elemen dalam campuran pemasaran untuk organisasi pelancongan. Promosi adalah cara di mana organisasi pelancongan berkomunikasi dengan cara yang berkesan dengan pelanggan sasaran. Promosi digunakan oleh organisasi untuk mempengaruhi cara pengguna berkelakuan dan oleh itu, motivator penting bagi mana-mana organisasi pelancongan. Organisasi pelancongan boleh menggunakan pelbagai kaedah atau jenis komunikasi pemasaran mereka. Terdapat pelbagai teknik komunikasi pemasaran, yang akan mempunyai kesan yang berbeza terhadap tingkah laku pengguna.

*Tentukan bagaimana **EMPAT (4)** jenis komunikasi pemasaran yang boleh digunakan oleh organisasi pelancongan dalam mempromosikan produk atau perkhidmatan mereka kepada pelanggan.*

[8 marks]

[8 markah]

SOALAN TAMAT