

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

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

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI I : 2024/2025

DTM50153: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 26 NOVEMBER 2024

MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **LIMA BELAS (15)** 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 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

1. Which of the following is correct about external environmental factors for marketing in the hospitality and tourism industry?
*Manakah antara berikut adalah faktor persekitaran luaran yang **BETUL**?*

- A. Marketing
Pemasaran
- B. Economy
Ekonomi
- C. Branding
Jenama
- D. Promotion
Promosi

CLO1

2. Which of the following is **TRUE** about production concept?
*Manakah antara berikut adalah **BETUL** mengenai konsep pengeluaran?*

- A. The idea that consumers will favor products that offer the most quality, performance, and features.
Idea bahawa pengguna akan memilih produk yang menawarkan kualiti, prestasi dan ciri yang paling tinggi.
- B. The idea that consumers will favor products that are available or highly affordable.
Idea bahawa pengguna akan memilih produk yang tersedia atau sangat berpatutan.
- C. The idea that consumers will not buy enough of the firm's products unless it undertakes a large scale selling and promotion effort.
Idea bahawa pengguna tidak akan membeli produk firma melainkan ia menjalankan usaha penjualan dan promosi secara besar-besaran.

- D. The idea that product quality and improvement are one of the important parts of marketing strategies.
Idea bahawa quality dan prestasi produk merupakan bahagian strategi pemasaran yang sangat penting.
- CLO1 3. Identify the following is an element of product level.
Kenal pasti antara berikut, yang manakah elemen level produk.
- A. Core product
Produk teras
- B. Physical product
Produk fizikal
- C. Packaging product
Produk pembungkusan
- D. Special product
Produk istimewa
- CLO1 4. Choose the following statement that refers to variability of service characteristics.
Pilih kenyataan berikut yang merujuk kepada kepelbagaian dalam ciri-ciri perkhidmatan.
- A. Service quality depends on who provides services, when and where they are provided.
Kualiti perkhidmatan bergantung kepada siapa yang menyediakan perkhidmatan, bila dan di mana ia disediakan.
- B. Both the service provider and the customer must be present for the transaction to occur.
Kedua-dua pembekal perkhidmatan dan pelanggan mesti ada bersama bagi transaksi berlaku
- C. Unlike physical products, services cannot be touched, tasted, or experienced prior to consumption.
Tidak seperti produk fizikal, perkhidmatan tidak boleh disentuh, dirasa atau dialami sebelum digunakan.
- D. Service cannot be owned and store like a product. Services is used or hired for a period.
Perkhidmatan tidak boleh dimiliki dan disimpan seperti produk. Perkhidmatan digunakan atau disewa dalam tempoh masa tertentu.

- CLO1 5. Pick the following formula that can be used to calculate the profit?
Pilih formula berikut yang boleh digunakan untuk mengira keuntungan?
- A. Profit = total revenue - total cost
Untung = jumlah pendapatan – jumlah kos
 - B. Profit = total cost - total revenue
Untung = jumlah kos - jumlah pendapatan
 - C. Profit = variable cost - fix cost
Untung = kos berubah - kos tetap
 - D. Profit = variable cost + fix cost
Untung = kos berubah + kos tetap
- CLO1 6. Which of the following is **TRUE** about the function of distribution channels?
*Yang manakah di antara berikut **BENAR** menerangkan fungsi saluran pengedaran?*
- A. Gather and spread marketing research about the environment.
Mengumpul serta meluaskan kajian pemasaran termasuk persekitarannya.
 - B. Not Responding to prices changes
Tidak bertindak balas terhadap perubahan harga
 - C. Shaping and fitting the offer to the buyer's need
Memperkemas penawaran yang menepati kehendak pelanggan
 - D. Find and communicate with prospective buyers.
Membuka peluang untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang berpotensi.
- CLO1 7. Which of the following are the internal factors to be considered in pricing setting?
Manakah antara berikut adalah faktor dalaman yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan harga?
- I. Promotion strategy
Strategi pemasaran
 - II. Marketing mix strategy
Strategi campuran pemasaran

III. Cost
Cost

IV. Organization consideration
Pertimbangan organisasi

- A. I and II only
- B. I and III only
- C. I,II and III only
- D. II,III and IV only

It includes face to face personal communication and presentation with prospects.

It involves personal conversation and presentation of products with customers.

It is considered as a highly effective and costly tool of market promotion.

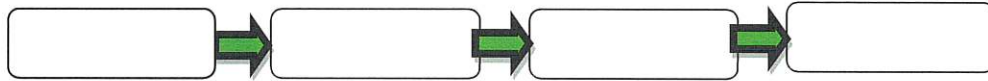
Ia termasuk persembahan dan komunikasi secara bersemuka dengan prospek.

Ia melibatkan persembahan dan perbualan secara peribadi berkenaan produk

CLO1

8. All of the firms' marketing communication program are called promotion mix. Which is the suitable tool of promotion mix for the above statement.
Semua program komunikasi pemasaran syarikat dipanggil campuran promosi. Manakah alat campuran promosi yang sesuai merujuk kepada kenyataan di atas.

- A. Pricing
Harga
- B. Public offer
Penawaran awam
- C. Personal selling
Jualan peribadi
- D. Branding
Penjenamaan



- CLO1 9. The above figure shows the process of indirect distribution channel for consumer product. Pick the suitable channel distribution in the box.
Gambarajah di atas menunjukkan saluran pengedaran produk pengguna secara tidak langsung. Pilih saluran pengedaran yang sesuai di dalam kotak.

- A. Consumer, retailer, wholesaler and producer
Pengguna, peruncit, pemborong dan pengeluar
- B. Wholesale, retailer, consumer and producer
Pengeluar, peruncit, pengguna dan pengeluar
- C. Producer, wholesaler, retailer and consumer
Pengeluar, pemborong, peruncit dan pengguna
- D. Retailer, wholesaler, producer and consumer
Peruncit, pemborong, pengeluar dan pengguna

A period of slowdown in sales growth
 Profits often level off or decline.
 This stage normally lasts longer, and it poses strong challenges to marketing management.

*Satu tempoh kejatuhan dalam pertumbuhan jualan
 Keuntungan pada tahap bertahan atau menurun
 Stage ini biasanya lebih lama dan ia merupakan cabaran yang kuat kepada pengurusan pemasaran.*

- CLO1 10. The above characteristics refer to the _____ phase of product life cycle process.
Ciri-ciri di atas merujuk kepada fasa _____ dalam process kitar hayat produk.

- A. Introduction
Pengenalan
- B. Growth
Pertumbuhan
- C. Maturity
Kematangan
- D. Decline
Kejatuhan

- CLO1 11. State the **FALSE** statement on the importance of market research in the hospitality industry.
*Nyatakan kenyataan **PALSU** berikutan kepentingan penyelidikan pasaran dalam industri perhotelan.*
- A. To ensure product feasibility
Untuk memastikan kebolehlaksanaan produk
 - B. To create better marketing campaigns
Untuk mencipta kempen pemasaran yang lebih baik
 - C. To understand brand reputation
Untuk memahami reputasi jenama
 - D. To review staff salaries
Untuk menyemak gaji kakitangan
- CLO1 12. The researcher will normally apply _____ method for data collection to examine people's opinion about a particular tourism destination.
Pengkaji kebiasaannya akan mengaplikasikan kaedah _____ pengumpulan data untuk mengetahui pendapat orang ramai berkaitan sesuatu tempat pelancongan.
- A. survey
tinjauan
 - B. observation
pemerhatian
 - C. experiment
ujikaji
 - D. pre and post test
ujian sebelum dan selepas
- CLO1 13. Provide the **CORRECT** statement regarding online marketing research.
*Lengkapkan pernyataan yang **BETUL** mengenai penyelidikan pemasaran dalam talian.*
- A. There are limited numbers of respondents when it comes to online marketing research.
Terdapat bilangan responden yang terhad apabila melibatkan penyelidikan pemasaran dalam talian.
 - B. Online marketing research is a research method in which the data collection process is carried out over the internet.
Penyelidikan pemasaran dalam talian ialah kaedah penyelidikan di mana proses pengumpulan data dijalankan melalui internet.

- C. Usually, the information given by respondents in online marketing research is incorrect.

Biasanya, maklumat yang diberikan oleh responden dalam penyelidikan pemasaran dalam talian adalah tidak betul.

- D. Offline marketing research is more authentic than online marketing research.

Penyelidikan pemasaran luar talian adalah lebih sahih daripada penyelidikan pemasaran dalam talian.

CLO1

14. _____ involves collecting and analyzing non-numerical data (e.g., text, video, or audio) to understand concepts, opinions, or experiences. It can be used to gather in-depth insight into a problem or generate new ideas for research.

_____ melibatkan pengumpulan dan menganalisis data pendapat berangka (contoh: teks, video atau audio) untuk memahami konsep, pendapat atau pengalaman. Ia boleh digunakan untuk mengumpul pandangan yang mendalam tentang masalah atau menjana idea baharu untuk penyelidikan.

- A. Quality method
Kaedah Kualiti
- B. Quantitative method
Kaedah kuantitatif
- C. Qualitative method
Kaedah kualitatif
- D. Quantity method
Kaedah kuantiti

CLO1

15. Market research provides critical information about your market and your business landscape. It can tell you how your company is perceived by the target customers and clients you want to reach.

Which of the following are important for marketing research?

Manakah antara berikut merupakan kepentingan kajian pemasaran?

- I. Customer
Pelanggan
- II. Company
Syarikat
- III. Confidence
Keyakinan

IV. Credibility
Kredibiliti

- A. I and II only
- B. I and III only
- C. I, III and IV only
- D. II, III and IV

CLO1 16. Which of the following items provides a complete bases of market segments for a seller?
Manakah antara item berikut menyediakan asas lengkap segmen pasaran bagi penjual?

- A. Geographic
Geografik
- B. Geographic and demographic
Geografik dan demografik
- C. Geographic, demographic and psychographic
Geografik, demografik dan psychografik
- D. Geographic, demographic, psychographic and behavioral
Geografik, demografik, psychografik dan tingkah laku

CLO1 17. Choose the accurate measurement of an effective market segmentation.
Pilih pengukuran yang tepat bagi keberkesanan segmentasi pasaran.

- A. Measurability
Kebolehukuran
- B. Measurability and accessibility
Kebolehukuran dan kebolehcapaian
- C. Measurability, accessibility, and substantiality
Kebolehukuran, kebolehcapaian dan kekukuhan
- D. Measurability, accessibility, substantiality and actionability
Kebolehukuran, kebolehcapaian, substansial dan kebolehtindakan

CLO1 18. Which the following types of behaviors segmentation.
Yang manakah antara berikut jenis segmentasi tingkah laku.

- I. Occasions
Majlis
 - II. Consumer behavior
Tingkah laku pengguna
 - III. Buying status
Status pembelian
 - IV. Cognitive dissonance
Gangguan kognitif
- A. I only
- B. I and II only
- C. I, II and III only
- D. II, III and IV

Dividing the market into different characteristics including personality, lifestyle, social status, activities, interests, opinions, and attitudes.

Membahagikan pasaran kepada perbezaan ciri-ciri termasuk personality, gaya hidup, status sosial, aktiviti, minat, pendapat dan sikap.

CLO1 19. Which market segmentation bases that the above statement refers to?
Manakah dasar pemetakan pemasaran yang dirujuk berdasarkan kenyataan di atas?

- A. Geographic segmentation
Pemetakan geografik
- B. Demographic segmentation
Pemetakan demografik
- C. Psychographic segmentation
Pemetakan psikografik
- D. Behavioral segmentation
Pemetakan tingkah laku



- CLO1 20. The above figure shows the example of differences between Toyota and Ferrari cars. _____ is important because, while physical differentiation is good, decisions are often made based on how a product is perceived.

Gambar di atas menunjukkan contoh perbezaan antara kereta Toyota dan Ferrari. _____ adalah penting kerana apabila perbezaan produk itu bagus, keputusan perlu dibuat berdasarkan bagaimana sesuatu produk dipersepsikan.

- A. Product targeting
Sasaran produk
- B. Product segmentation
Pemetakan produk
- C. Product positioning
Perletakan produk
- D. Product niche
Niche produk

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 (a) Describe the meaning of marketing.
Jelaskan maksud pemasaran.
- [2 marks]
[2 markah]
- CLO1 (b) Explain **THREE (3)** marketing concepts of marketing in tourism and hospitality industry.
Terangkan TIGA (3) konsep pemasaran dalam industri pelancongan dan hospitaliti.
- [6 marks]
[6 markah]
- () CLO1 (c) The external marketing environment includes all factors that do not fall within your organization's control and are closely linked to the business and directly affects marketing operations.
Write **FOUR (4)** external environments for marketing in hospitality and tourism industry.
Persekitaran luaran pemasaran termasuk semua faktor yang tidak boleh dikawal oleh organisasi dan ianya sangat rapat dengan perniagaan dan memberi kesan kepada operasi pemasaran secara terus.
Tuliskan EMPAT (4) persekitaran luaran pemasaran dalam industri pelancongan dan hospitality.

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

CLO1

- (a) State **TWO (2)** levels of product in marketing.
*Nyatakan **DUA (2)** tahap produk dalam pemasaran.*

[2 marks]

[2 markah]

CLO1

- (b) Explain **THREE (3)** promotional tools in tourism and hospitality marketing.
*Terangkan **TIGA (3)** alat promosi dalam pemasaran. pelancongan dan hospitaliti.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) The marketing channel is an important element in business. It allows the seamless exchange of information between business brands and buyers, providing the opportunity to reach more people and expand awareness of the product and services.
Draw **THREE (3)** levels of marketing channel for tourism and hospitality products.
*Saluran pemasaran adalah elemen yang penting dalam perniagaan. Ia membenarkan pertukaran maklumat antara jenama perniagaan dan pembeli, membekalkan peluang untuk mendapatkan lebih ramai orang dan mengembangkan kesedaran tentang produk dan perkhidmatan.
Lukiskan **TIGA (3)** tahap saluran pemasaran untuk industri pelancongan dan hospitality.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) Define marketing research.
Takrifkan penyelidikan pemasaran.
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Discuss **TWO (2)** types of marketing research methodology.
Bincangkan DUA (2) jenis kaedah kajian pemasaran.
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Marketers should pay attention to the key requirements of good research that need to be fulfilled by an organization.
Write **FIVE (5)** key requirements in marketing research.
Pemasar perlu ambil perhatian kepada keperluan utama untuk maklumat penyelidikan yang baik dan perlu dipenuhi oleh organisasi.
Tuliskan LIMA (5) keperluan utama dalam penyelidikan pemasaran..
- [10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) Explain **FOUR (4)** types of target market strategies.
Terangkan EMPAT (4) jenis strategi sasaran pasaran.
- [8 marks]
[8 markah]
- CLO1 (b) Behavior segmentation is dividing a market into groups based on consumer knowledge, attitude, use or response to a product. Many marketers believe that behavior variables are the best starting point to build market segments.
Write **FOUR (4)** factors used in segmenting by behavior.
Segmentasi tingkah laku adalah pembahagi pasaran kepada kumpulan berdasarkan pengetahuan pengguna, sikap, kegunaan atau respon kepada produk. Ramai pemasar percaya bahawa pembolehubah tingkahlaku adalah permulaan yang terbaik untuk membina segmen.
Tuliskan EMPAT (4) faktor yang digunakan dalam segmentasi tingkah laku.
- [12 marks]
[12 markah]

SOALAN TAMAT