

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 II : 2023/2024

DTM30243 : TOURIST BEHAVIOUR

TARIKH : 12 JUN 2024 (RABU)

MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **DUA PULUH ENAM (26)** 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: 40 MARKS***BAHAGIAN B: 40 MARKAH*****INSTRUCTION:**

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

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan struktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1***SOALAN 1***

CLO1

- a) Explain **TWO (2)** the historical development of tourism in the following regions of the world.

Terangkan DUA (2) sejarah pembangunan pelancongan di negara berikut:

- i. Europe
Eropah
- ii. The Middle East
Timur Tengah

[4 marks]

[4 markah]

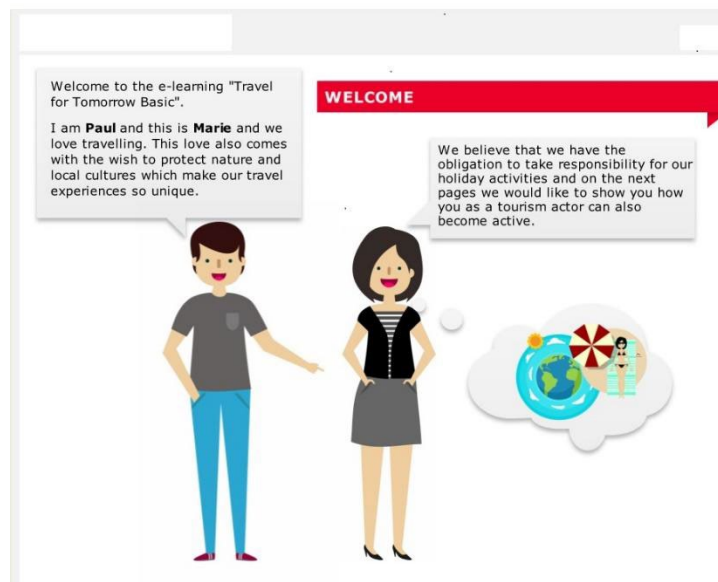
CLO1

- b) Tourist behaviour refers to the actions, choices and preferences individuals or groups demonstrate when they engage in travel and tourism activities. Based on the statement given, elaborate **THREE (3)** reasons why we should study tourist behavior.

*Tingkah laku pelancong merujuk kepada tindakan dan pilihan individu atau kumpulan apabila mereka terlibat dalam aktiviti pelancongan. Berdasarkan pernyataan tersebut huraikan **TIGA (3)** alasan mengapa kita perlu mempelajari tingkah laku pelancong.*

[6 marks]

[6 markah]



CLO1

- c) Write down the **FIVE (5)** rights of tourists based on the information above with appropriate examples.

*Tuliskan **LIMA (5)** hak seorang pelancong berdasarkan gambarajah di atas dan sila berikan contoh yang sesuai.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

CLO1

- a) Motivator for travel is the fundamental reasons for a particular traveling behaviour, and it plays a vital role in understanding the decision making process of tourists, and assessing the subsequent satisfaction of tourists expectation (Snepenger, King, Marshall, and Uysal, 2006). Describe **TWO (2)** significant motivators for each visitor attraction.

*Motivator untuk perjalanan adalah sebab asas untuk tingkah laku perjalanan tertentu, dan ia memainkan peranan penting dalam memahami proses membuat keputusan pelancongan dan menilai kepuasan jangkaan pelancong (Snepenger, King, Marshall, dan Uysal, 2006). Terangkan **DUA (2)** pendorong penting bagi setiap tarikan pelancong.*

- i. Art Gallery
Galeri Seni
- ii. Theme Park
Taman Tema

[4 marks]

[4 markah]

CLO1	b) Discuss THREE (3) internal influences factors that impact tourist behavior. <i>Bincangkan TIGA (3) faktor pengaruh dalaman berikut yang memberi kesan kepada tingkah laku pelancong.</i> i. Individual <i>Individu</i> ii. Personality <i>Personaliti</i> iii. Motivation <i>Motivasi</i> [6 marks] [6 markah]
CLO1	c) The tourist's decision to purchase or not to purchase a product or service is an important moment for most marketers. Some factors that can influence tourists in making a purchase decision. Based on the above statement, write FIVE (5) external factors that influence the tourists holiday decision. <i>Keputusan pelancong untuk membeli atau tidak membeli produk atau perkhidmatan adalah saat penting bagi kebanyakan pemasar. Terdapat beberapa faktor yang boleh mempengaruhi pelancong dalam membuat keputusan pembelian. Berdasarkan kenyataan di atas, tuliskan bagaimana LIMA (5) faktor luaran boleh mempengaruhi keputusan percutian.</i> [10 marks] [10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO2

- a) Cohen (1972), has identified four (4) types of tourists. Elaborate **THREE (3)** different features for each of the following types of tourists.

*Cohen (1972), telah mengenal pasti empat (4) jenis pelancong. Huraikan **TIGA (3)** perbezaan ciri-ciri bagi setiap jenis pelancong tersebut*

- i. The explorer

Penjelajah

- ii. Organized Mass Tourism

Pelancongan Terancang Menyeluruh

- iii. The Individual Mass Tourism

Pelancongan Terancang Individu

[6 marks]

[6 markah]

- CLO2 b) Market segmentation is a marketing strategy that classifies heterogeneous customers into homogenous segments. Write an example for the following segmentation with the explanation.

Segmentasi pemasaran adalah strategi pemasaran yang mengklasifikasikan pelanggan heterogen kepada segmen homogen. Tuliskan contoh beserta penerangan bagi segmentasi di bawah.

i. Geographical Segmentation

Segmentasi Geografi

ii. Product Segmentation

Segmentasi Produk

iii. Socio – Economics Segmentation

Segmentasi sosio-ekonomi

[6 marks]

[6 markah]

- CLO2 c) Consumer purchase is very much influenced by the aspects of culture, social, personality and psychology. In social factors, family is one of the strong interpersonal influences on consumer's behaviour. Illustrate **EIGHT (8)** stages in the Family Life Cycle adapted from Swarbrooke (1994) with the correct sequence.

*Pembelian pengguna banyak dipengaruhi oleh aspek budaya, sosial, personaliti dan psikologi. Dalam faktor sosial, keluarga adalah antara pengaruh interpersonal yang paling kuat terhadap tingkah laku pengguna. Jelaskan **LAPAN (8)** peringkat Kitaran Hidup Keluarga yang diadaptasi daripada Swarbrooke (1994) dengan urutan yang betul.*

[8 marks]

[8 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO2

- a) According to IGI Global.com tourism demand is defined as the number of people that plan to buy tourism products supported by sufficient purchasing power and spare time in order to meet tourism needs of people. There are two factors that influence demand in tourism which are internal and external factors. Based on the statement given, discuss **THREE (3)** external factors that influence tourism demand in Malaysia

*Menurut IGI Global.com permintaan pelancongan ditakrifkan sebagai bilangan orang yang merancang untuk membeli produk pelancongan yang disokong oleh kuasa beli yang mencukupi dan masa lapang untuk memenuhi keperluan pelancongan yang ramai. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi permintaan dalam pelancongan iaitu faktor dalaman dan luaran. Berdasarkan pernyataan yang diberikan, terangkan **TIGA (3)** faktor luaran yang mempengaruhi permintaan pelancongan di Malaysia.*

[6 marks]

[6 markah]

- CLO2 b) In tourism industry, market segmentation means classifying or separating traveler genre based on their interests, needs, purpose, and objective. Write briefly **TWO (2)** characteristics of the following market segment in tourism:

*Dalam industri pelancongan, segmentasi pasaran bermaksud mengklasifikasikan atau memisahkan genre pengembara berdasarkan minat, keperluan, tujuan dan objektif mereka. Tulis secara ringkas **DUA (2)** ciri-ciri segmen pasaran berikut dalam pelancongan:*

- i. The backpacker's market
Pasaran "Backpacker"
- ii. Hedonistic tourist
Pasaran hedonistic
- iii. Visiting friends and relative
Ziarah rakan dan saudara

[6 marks]

[6 markah]

- c) Every day, people move from one place to another, either from City to City, State to State, or Country to Country. Some travel for business purposes and others for leisure. Some travel for months, weeks, days, and sometimes, for less than twenty- four hours. Differentiate by using **FOUR (4)** characteristics of tourist behaviour between business tourists and leisure tourist.

*Setiap hari, orang bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain, sama ada dari Bandar ke Bandar, Negeri ke Negeri, atau Negara ke Negara. 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.. Bandingkan dengan menggunakan **EMPAT (4)** ciri-ciri. pelancong perniagaan dan pelancong percutian.*

[8 marks]

[8 markah]

SOALAN TAMAT