

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 : 2024/2025

DTM30283: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 28 MEI 2025

MASA : 2.30 PETANG – 4.30 PETANG (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **DUA PULUH (20)** 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

- (a) Discuss **TWO (2)** types of promotional tools that are suitable to be used in the tourism and hospitality business.

Bincangkan DUA (2) jenis alat promosi yang sesuai digunakan dalam perniagaan pelancongan dan hospitaliti.

[4 marks]
[4 markah]

CLO1

- b) Provide **THREE (3)** pricing strategy that could enhance the profitability of a product or service.

Berikan TIGA (3) strategi harga yang boleh meningkatkan keuntungan sesuatu produk atau perkhidmatan.

[6 marks]
[6 markah]

CLO1

- c) The Product Life Cycle (PLC) is a model that describes the stages a product goes through from its initial launch to its eventual discontinuation. It helps businesses to understand and manage the progression of their products in the market. Write the **FIVE (5)** stages in the Product Life Cycle.

Kitaran Hayat Produk (Product Life Cycle (PLC) adalah model yang menerangkan peringkat-peringkat yang dilalui oleh sesuatu produk dari pelancaran awal sehingga ia dihentikan. Ia membantu perniagaan untuk memahami dan mengurus perkembangan produk mereka dalam pasaran. Tuliskan LIMA (5) peringkat dalam Kitaran Hayat Produk.

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 2
SOALAN 2

CLO 1

- a) The Marketing Mix is a fundamental concept in marketing strategy, encompassing eight key elements utilized by a company to promote and sell its products or services. Explain **FOUR (4)** traditional marketing mix elements (P's) that serve as tools in communicating the presence of a product or service in the marketplace.

*Campuran pemasaran adalah konsep asas dalam strategi pemasaran, merangkumi lapan elemen utama yang digunakan oleh sebuah syarikat untuk mempromosikan dan menjual produk atau perkhidmatannya. Terangkan **EMPAT (4)** elemen campuran pemasaran tradisional (P's) yang berperanan sebagai alat dalam menyampaikan kewujudan produk atau perkhidmatan di pasaran.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO1

- b) Packaging refers to the process of designing and creating the exterior and physical appearance of a product's container or covering. Packaging serves several important functions in marketing, and it plays a critical role in influencing consumer perceptions, choices, and overall brand experience. Examine **THREE (3)** importance of product packaging that influence consumers to proceed with their purchase.

*Pembungkusan merujuk kepada proses mereka bentuk dan mencipta rupa luar dan fizikal pembungkus atau penutup produk. Pembungkusan memainkan beberapa fungsi penting dalam pemasaran dan memainkan peranan penting dalam mempengaruhi persepsi pengguna, pilihan, dan keseluruhan pengalaman jenama. Kaji **TIGA (3)** kepentingan pembungkusan produk yang mempengaruhi pengguna untuk meneruskan pembelian mereka.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- c) Service marketers must understand the five characteristics of service in tourism industries. Write **TWO (2)** descriptions of each of the following service characteristics with example:

- i. Intangibility
- ii. Perishability
- iii. Inseparability
- iv. Variability
- v. Lack of Ownership

*Pemasar perkhidmatan perlu memahami lima ciri perkhidmatan dalam industri pelancongan. Tuliskan **DUA (2)** huraian bagi setiap ciri perkhidmatan berikut berserta contoh:*

- i. *Intangibility*
- ii. *Perishability*
- iii. *Inseparability*
- iv. *Variability*
- v. *Lack of Ownership*

[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

CLO1

- a) The marketing research process contributes to the success and strategic decision-making within a business. It includes stages, methodologies, and the significance of obtaining reliable and relevant data in shaping effective marketing strategies. Explain **FOUR (4)** steps in the marketing research process.

*Proses penyelidikan pemasaran menyumbang kepada kejayaan dan pembuatan keputusan strategik dalam perniagaan. Ia merangkumi tahap, metodologi, dan kepentingan mendapatkan data yang boleh dipercayai dan relevan dalam membentuk strategi pemasaran yang berkesan. Terangkan **EMPAT (4)** langkah dalam proses penyelidikan pemasaran.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO1

- b) Marketing research is project oriented and has a beginning and an ending. It feeds information into the marketing information system that is ongoing. Provide **THREE (3)** types of objectives for a marketing research project.

*Penyelidikan pemasaran adalah berorientasikan projek dan mempunyai permulaan dan akhiran dalam setiap proses. Ia turut menyumbang maklumat ke dalam sistem maklumat pemasaran secara berterusan. Berikan **TIGA (3)** jenis objektif untuk projek penyelidikan pemasaran.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- c) Interpreting the importance of marketing information systems in determining the requirement for conducting market research involves recognizing the crucial role these systems play in shaping strategic marketing decisions. Write **FIVE (5)** key points in considering the requirement of conducting a market information system.

*Menterjemahkan kepentingan sistem maklumat pemasaran dalam menentukan keperluan menjalankan penyelidikan pasaran melibatkan pengiktirafan peranan penting sistem ini dalam membentuk keputusan pemasaran strategik. Tuliskan **LIMA (5)** perkara utama dalam mempertimbangkan keperluan menjalankan sistem maklumat pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 4

SOALAN 4

CLO1

- a) Market segmentation is the process of dividing a broad consumer or business market into smaller, more homogeneous groups of consumers or businesses that have similar needs, characteristics, or behaviors. Discuss **TWO (2)** importance of market segmentation.

Segmentasi pasaran adalah proses membahagikan pasaran pengguna atau perniagaan yang luas (besar) kepada kumpulan pengguna atau perniagaan yang lebih kecil dan lebih homogen yang mempunyai keperluan, ciri, atau tingkah laku yang serupa. Bincangkan DUA (2) kepentingan segmentasi pasaran.

[4 marks]
[4 markah]

CLO1

- b) A market consists of buyers who differ in one or more ways. They may differ in their wants, resources, location, buying attitudes, and buying practices. Segmentation is one of the ways to segment the buyers based on different variables. Provide comprehensive information on the **THREE (3)** following segmentations.

Sekumpulan pasaran terdiri daripada pembeli yang berbeza dari satu atau lebih aspek. Mereka mungkin berbeza dari segi kehendak, sumber, lokasi, sikap pembelian, dan amalan pembelian. Segmentasi adalah salah satu cara untuk mengelaskan pembeli berdasarkan pembolehubah yang berbeza. Berikan maklumat yang komprehensif mengenai TIGA (3) jenis segmentasi berikut.

- i. Geographic segmentation
Segmentasi geografi
- ii. Demographic segmentation
Segmentasi demografi
- iii. Behavior segmentation
Segmentasi tingkah laku

[6 marks]
[6 markah]

CLO1

- c) Market segmentation is the process of dividing a larger and heterogeneous market into smaller, more homogeneous segments based on certain characteristics or criteria. Sketch **NINE (9)** key steps involved in market segmentation and **ONE (1)** contribution to the effectiveness of marketing strategies.

*Segmentasi pasaran adalah proses untuk memperincikan pasaran yang lebih besar dan heterogen kepada segmen-segmen yang lebih kecil dan homogen berdasarkan ciri-ciri atau kriteria tertentu. Lakarkan **SEMBILAN (9)** langkah utama yang terlibat dalam proses segmentasi pasaran dan **SATU (1)** sumbangan kepada keberkesanan strategi pemasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT