

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

DTM50153: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH: 29 MEI 2025

MASA : 11.30 PAGI – 1.30 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 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) List down **TWO (2)** concepts of marketing in tourism dan hospitality.
Senaraikan DUA (2) konsep pemasaran dalam pelancongan dan hospitaliti.
[2 marks]
[2 markah]
- CLO1 (b) Explain the terminologies with example:
Terangkan istilah berikut beserta contoh:
- i. Needs
Keperluan
 - ii. Wants
Kehendak
 - iii. Demand
Permintaan
- [6 marks]
[6 markah]

CLO1

- (c) We understand that marketing has become an essential part of all business industries to grow rapidly.

Provide **FOUR (4)** the importance of marketing in the era of competition in the tourism and hospitality industry.

Kita memahami bahawa pemasaran telah menjadi sebahagian penting dalam semua industri perniagaan untuk berkembang pesat.

*Sediakan **EMPAT (4)** kepentingan pemasaran dalam era persaingan di industri pelancongan dan hospitaliti.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO1

- (a) What is the meaning of distribution channel?

Apakah yang dimaksudkan dengan saluran pengedaran?

[2 marks]

[2 markah]

CLO1

- (b) Explain **THREE (3)** external factors that influence price decision.

*Terangkan **TIGA (3)** faktor yang mempengaruhi perletakan harga.*

[6 marks]

[6 markah]

CLO1

- (c) A Product has its own life expectancy, the product will go through stages of Product Life Cycle.

Draw a complete flow chart of **FIVE (5)** stages of Product Life Cycle with description for each stage.

Sesuatu product mempunyai jangka hayatnya sendiri, produk itu akan melalui peringkat Kitaran Hayat Produk.

*Lakarkan **LIMA (5)** peringkat Kitaran Hayat Produk dengan penerangan untuk setiap peringkat.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 3

SOALAN 3

- CLO1 (a) Identify **FOUR (4)** importance of marketing research.
Kenalpasti EMPAT (4) kepentingan kajian pemasaran.
[4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Discuss **THREE (3)** methods that can be applied by a researcher to contact the respondent when conducting marketing research.
Bincangkan TIGA (3) kaedah yang boleh diaplikasikan untuk menghubungi responden semasa menjalankan kajian pemasaran.
[6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) Good research is characterized by a clear focus, a sound methodology, relevance to existing knowledge, and the ability to contribute to a field by addressing a gap or solving a problem.
Provide **FIVE (5)** key requirements in marketing research.
Penyelidikan yang baik dicirikan oleh fokus yang jelas, metodologi yang kukuh, kaitan dengan pengetahuan sedia ada, dan keupayaan untuk menyumbang kepada bidang dengan menangani jurang atau menyelesaikan masalah.
Nyatakan LIMA (5) keperluan utama dalam penyelidikan pemasaran..
[10 marks]
[10 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO1

- (a) Discuss **FOUR (4)** market segmentations for tourism and hospitality products and services.

Bincangkan EMPAT (4) segmentation pasaran untuk produk dan perkhidmatan bagi pelancongan dan hospitality.

[8 marks]

[8 markah]

CLO1

- (b) A target market strategy involves identifying and focusing on a specific group of consumers with shared characteristics to increase sales and brand awareness, by tailoring marketing efforts to their needs and preferences.

Write **FOUR (4)** target market strategies in tourism and hospitality industry.

Strategi pasaran sasaran melibatkan pengenalanpastian dan penumpuan kepada kumpulan pengguna tertentu yang mempunyai ciri-ciri yang sama untuk meningkatkan jualan dan kesedaran jenama, dengan menyesuaikan usaha pemasaran mengikut keperluan dan pilihan mereka.

Tuliskan EMPAT (4) faktor yang digunakan dalam segmentasi tingkah laku.

[12 marks]

[12 markah]

SOALAN TAMAT