



**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 : 2025/2026

DTM50153: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 29 APRIL 2026

MASA : 11.30 PAGI – 1.30 TGH (2 JAM)

Kertas soalan ini mengandungi **ENAM BELAS (16)** 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)

TERBUKA

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 struktur. Jawab SEMUA soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

- CLO1 (a) State **FOUR (4)** roles of distribution channels.
- Nyatakan EMPAT (4) peranan saluran agihan.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Price is the second element of marketing mix. Discuss briefly **TWO (2)** product mix pricing strategies.
- Harga merupakan elemen kedua dalam campuran pemasaran. Bincangkan dengan ringkas DUA (2) strategi campuran harga produk.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (c) In the tourism and hospitality industry, promotion helps create awareness, stimulate interest, and influence customers to choose a particular destination, hotel, or service. Write down **FIVE (5)** types of promotion mixed with appropriate examples.

TERBUKA

*Dalam industri pelancongan dan hospitaliti, promosi membantu mewujudkan kesedaran, merangsang minat, dan mempengaruhi pelanggan untuk memilih destinasi, hotel, atau perkhidmatan tertentu. Tuliskan **LIMA (5)** jenis campuran promosi beserta contoh-contoh yang sesuai.*

[12 marks]

[12 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) State **FOUR (4)** characteristics of tourism and hospitality product.

*Nyatakan **EMPAT (4)** ciri-ciri produk pelancongan dan hospitaliti.*

[4 marks]

[4 markah]

- CLO1 (b) Explain **TWO (2)** objectives of pricing.

*Terangkan **DUA (2)** objektif penetapan harga.*

[4 marks]

[4 markah]

- CLO1 (c) A product has its own life expectancy that will go through stages of Product Life Cycle. Show **FOUR (4)** stages of the product life cycle.

*Sesuatu produk mempunyai jangka hayatnya sendiri, produk itu akan melalui peringkat-peringkat Kitaran Hayat Produk. Tunjukkan **EMPAT (4)** peringkat kitaran hayat produk.*

[12 marks]

12 markah]

TERBUKA

QUESTION 3**SOALAN 3**

- CLO1 (a) State **FOUR (4)** importance of market research.
- Nyatakan EMPAT (4) kepentingan kajian pemasaran.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Explain **TWO (2)** types of data that may be used to meet the manager's information needs in marketing research.
- Terangkan DUA (2) jenis data yang boleh digunakan untuk pengurus mendapatkan maklumat yang diperlukan dalam kajian pemasaran.*
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (c) Common activities in marketing research are measurement of market potential, market-share analysis, the determination of market characteristics and sales analysis. Provide **FOUR (4)** steps in marketing research process with suitable explanation.
- Aktiviti-aktiviti biasa dalam kajian pemasaran adalah pengukuran potensi pasaran, analisa syer pasaran, penentuan ciri-ciri pasaran dan analisis jualan. Berikan EMPAT (4) langkah-langkah dalam proses kajian pemasaran beserta penerangan yang sesuai.*

[12 marks]

[12 markah]

TERBUKA

QUESTION 4**SOALAN 4**

- CLO1 (a) Define market segmentation and market positioning.
Definisikan segmentasi pasaran dan perletakan pasaran.
- [4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) Elaborate **THREE (3)** behavioral determinants of segmentation for tourism and hospitality products.
*Huraikan **TIGA (3)** faktor penentu psikologi dalam segmentasi untuk produk pelancongan dan hospitaliti.*
- [6 marks]
[6 markah]
- CLO1 (c) A company can focus on developing a better product for customers by choosing the right segment of market bases on geographic, demographic, psychographic or behavioural segmentation. Elaborate **FIVE (5)** demographic determinant factors in the market segmentation.
*Sebuah syarikat boleh fokus kepada membangunkan produk yang lebih baik untuk pelanggan dengan memilih segmen pasaran yang betul. Huraikan **LIMA (5)** faktor penentu demografi di dalam segmentasi pasaran.*

[10 marks]

[10 markah]

TERBUKA**SOALAN TAMAT**