

SECTION A: 75 MARKS
BAHAGIAN A: 75 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **THREE (3)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN :

*Bahagian ini mengandungi **TIGA (3)** soalan berstruktur. Jawab **SEMUA** soalan.*

QUESTION 1
SOALAN 1

CLO1
C1

- a) List the consumer's nature and characteristics based on **FIVE (5)** different types of tourism.

*Senaraikan sifat dan ciri-ciri pengguna berdasarkan **LIMA (5)** jenis pelancongan yang berbeza.*

[5 marks]
[5 markah]

CLO1
C2

- b) Kotler's Black Box Model is divided into **THREE (3)** main parts, namely Stimuli, Buyer's Black Box and Buyer's Responses. Based on this information, illustrate a complete Kotler's Black Box Model.

*Model Kotak Hitam Pengguna oleh Kotler terbahagi kepada **TIGA (3)** bahagian utama, iaitu rangsangan, Kotak Hitam Pengguna dan Maklumbalas Pembeli. Berdasarkan maklumat ini, ilustrasikan satu Model Kotak Hitam Kotler yang lengkap.*

[15 marks]
[15 markah]

CLO1
C3

- c) Describe the primary research as a way to enable marketers in understanding their consumers.

Jelaskan kajian primer sebagai satu cara untuk membolehkan para pemasar memahami pengguna mereka.

[5 marks]
[5 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**CLO2
C1

- a) 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. List **FIVE (5)** stages in the Family Life Cycle adapted from Schiffman and Kanuk (2010).

*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. Senaraikan **LIMA (5)** peringkat Kitaran Hidup Keluarga yang diadaptasi daripada Schiffman dan Kanuk (2010).*

[5 marks]
[5 markah]

CLO2
C2

- b) With example, explain **FIVE (5)** internal influences on consumer behavior.

*Beserta contoh, terangkan **LIMA (5)** pengaruh dalaman tentang tingkahlaku pengguna.*

[15 marks]
[15 markah]

CLO2
C3

- c) Illustrate the Maslow Hierarchy of Needs using the triangle diagram to show the important of fulfilling the lower level needs to the higher needs.

Ilustrasikan Hierarki Keperluan Maslow dengan menggunakan gambarajah segitiga bagi memperlihatkan kepentingan dalam memenuhi keperluan di peringkat paling bawah ke atas.

[5 marks]
[5 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**CLO2
C1

- a) Demography is one of the segmentations for consumer behaviour and it is the most popular data used in determine the market segment. State **FIVE (5)** variables used in demographic segmentation.

*Demografi adalah salah satu daripada segmentasi tingkahlaku pengguna dan ia merupakan data yang paling popular digunakan untuk mengenalpasti segmen pasaran. Nyatakan **LIMA (5)** pembolehubah yang digunakan dalam segmentasi demografi.*

[5 marks]
[5 markah]

CLO2
C2

- b) Market segmentation is a marketing strategy that classifies heterogeneous customers into homogeneous segments. Explain **FIVE (5)** advantages of market segmentation.

*Segmentasi pasaran adalah strategi pemasaran yang mengklasifikasikan pelanggan heterogen kepada segmen homogen. Terangkan **LIMA (5)** kelebihan segmentasi pasaran.*

[15 marks]
[15 markah]

CLO2
C3

- c) Consumers will exhibit different purchasing behaviour according to the types of consumer buying behaviour. Draw a mind map that illustrate the types of consumer buying behaviour.

Pengguna akan mempamerkan tingkah laku pembelian yang berbeza dalam pembelian produk mengikut jenis-jenis tingkahlaku pembelian. Lukiskan satu peta minda yang menunjukkan jenis-jenis tingkahlaku pembelian pengguna.

[5 marks]
[5 markah]

SECTION B: 25 MARKS
BAHAGIAN B: 25 MARKAH

INSTRUCTION:

This section consists of **TWO (2)** structured questions. Answer **ONE (1)** question only.

ARAHAN:

*Bahagian ini mengandungi **DUA (2)** soalan berstruktur. Jawab **SATU (1)** soalan sahaja.*

QUESTION 1

SOALAN 1

CLO2
C3

- a) There is a diversity of market segments in tourism. Tourism market segment is related to the objective or method of travel by tourist. Interpret **FIVE (5)** types of market segments in the tourism industry.

*Terdapat pelbagai segmen pasaran dalam pelancongan. Segmen pasaran pelancongan adalah berkait dengan tujuan atau cara pelancong itu melancong. Terangkan **LIMA (5)** segmen pasaran dalam industri pelancongan.*

[15 marks]

[15 markah]

CLO2
C3

- b) Analyze **FIVE (5)** new trends in the emergence of vacation nowadays.

*Analisisikan **LIMA (5)** trend baru dalam kemunculan percutian sekarang.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2

SOALAN 2

CLO2
C3

- a) There are differences by nation in tourism market across the world. Relatively, there are different allocation of 'high', 'medium' and 'low' based on scales of domestic, inbound and outbound tourism. Demonstrate the suggested relative levels for domestic, inbound and outbound tourism in Australia, France, Japan, Spain and USA.

Terdapat perbezaan mengikut negara dalam pasaran pelancongan di seluruh dunia. Secara relatifnya, terdapat peruntukan yang berbeza dari segi 'tinggi', 'sederhana' dan 'rendah' mengikut skala dalam pelancongan domestik, inbound dan outbound. Tunjukkan tahap relatif pelancongan domestik, di Australia, Perancis, Jepun, Sepanyol dan Amerika Syarikat.

[15 marks]

[15 markah]

CLO2
C3

- b) It is important for marketers to study the consumer behaviour to help them in optimizing the product sales and create focused marketing strategies. However, there are factors that they need to carefully analyze in order to help them to increase their sales and develop effective marketing strategies. Explain **FIVE (5)** factors to improves sales and develop effective marketing strategies.

*Adalah penting bagi pemasar mempelajari tingkahlaku pengguna untuk membantu mereka mengoptimumkan jualan produk dan mencipta strategi pemasaran yang berfokus. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa faktor yang mereka perlu analisa untuk membantu mereka meningkatkan jualan dan membentuk strategi pemasaran. Terangkan **LIMA (5)** faktor-faktor yang dapat membantu meningkatkan jualan dan menghasilkan strategi pemasaran yang efektif.*

[10 marks]

[10 markah]

SOALAN TAMAT