

**TINGKAH LAKU PEMBELIAN PELANCONG
DOMESTIK DALAM SEKTOR PERKHIDMATAN
TERPILIH DI KOTA KINABALU, SABAH**



NURUL IZZAH BINTI ISMAIL

UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

**FAKULTI SAINS SOSIAL DAN KEMANUSIAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2023**

**TINGKAH LAKU PEMBELIAN PELANCONG
DOMESTIK DALAM SEKTOR PERKHIDMATAN
TERPILIH DI KOTA KINABALU, SABAH**

NURUL IZZAH BINTI ISMAIL



UMS

**TESIS INI DISERAHKAN UNTUK
MEMENUHI KEPERLUAN PENGIJAZAHAN
IJAZAH SARJANA SASTERA**

**FAKULTI SAINS SOSIAL DAN KEMANUSIAAN
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2023**

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS

JUDUL : **TINGKAH LAKU PEMBELIAN PELANCONG DOMESTIK
DALAM SEKTOR PERKHIDMATAN TERPILIH DI KOTA
KINABALU, SABAH**
IJAZAH : **SARJANA SASTERA**
BIDANG : **GEOGRAFI**

Saya **NURUL IZZAH BINTI ISMAIL**, Sesi **2020-2023**, mengaku membenarkan tesis sarjana ini disimpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut;-

1. Tesis ini adalah hak milik Universiti Malaysia Sabah
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.

4. Sila tandakan (/):

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah Keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA 1972)

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan Oleh,

.....
NURUL IZZAH BINTI ISMAIL
MA2011018T

.....
(Tandatangan Pustakawan)

Tarikh: 8 Ogos 2023

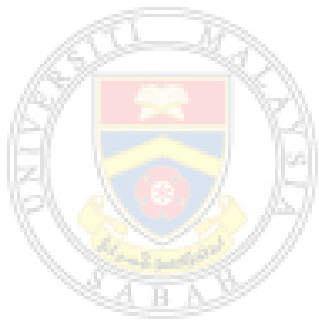
.....
(Dr. Mohamad Pirdaus bin Yusoh)
Penyelia Utama

PENGAKUAN

Karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan, ringkasan dan rujukan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

9 Ogos 2023

:
NURUL IZZAH BINTI ISMAIL
MA2011018T



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PENGESAHAN

NAMA : **NURUL IZZAH BINTI ISMAIL**
NO. MATRIK : **MA2011018T**
TAJUK : **TINGKAH LAKU PEMBELIAN PELANCONG DOMESTIK
TERHADAP SEKTOR PERKHIDMATAN TERPILIH DI
KOTA KINABALU, SABAH**
IJAZAH : **SARJANA SASTERA**
BIDANG : **GEOGRAFI**
TARIKH VIVA : **8 OGOS 2023**

DISAHKAN OLEH;



1. PENYELIA UTAMA

Dr. Mohamad Pirdaus bin Yusoh

Tandatangan

UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

2. PENYELIA BERSAMA

Dr. Adi bin Jafar

3. PENYELIA BERSAMA

Professor Madya Dr. Jabil bin Mapjabil

PENGHARGAAN

Alhamdulillah dengan lafaz kesyukuran kepada Allah S.W.T yang Maha Esa kerana dengan limpah dan kurnia-Nya, saya dapat menyiapkan tesis sarjana ini dengan sempurna dalam tempoh yang telah ditetapkan. Tesis sarjana ini merupakan hasil daripada usaha dan kerjasama mereka yang banyak membantu saya dalam menyempurnakan tugas ini. Terdapat pelbagai pengalaman suka dan duka yang telah diperolehi sepanjang tempoh saya menyiapkan kajian ini.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat sepanjang menjayakan tugas ini, terutamanya kepada pensyarah dan selaku penyelia saya iaitu Allahyarham Profesor Madya Dr. Jabil Bin Mapjabil, Dr Mohamad Pirdaus bin Yusoh dan Dr Adi bin Jafar yang telah banyak meluangkan masa, memberi bimbingan, nasihat, tunjuk ajar, panduan, pandangan serta sokongan moral kepada saya sepanjang menjayakan penyelidikan tesis sarjana ini. Hasil daripada bimbingan dan tunjuk ajar beliau telah membuka daya pemikiran saya dan menjana idea baharu untuk penulisan yang berkualiti. Segala teguran amat dihargai dan dijadikan sebagai satu pengalaman dalam menempuh kehidupan pada masa akan datang.

Ribuan terima kasih juga saya ucapkan kepada ahli keluarga saya khususnya kepada tulang belakang saya iaitu ibu bapa dan adik beradik saya atas sokongan, memberikan nasihat yang terbaik kepada saya dan bantuan kewangan bagi memudahkan saya menyiapkan penyelidikan ini. Jutaan terima kasih juga saya ucapkan kepada para pengusaha sektor perkhidmatan pelancongan iaitu pengusaha restoran, penginapan, pengangkutan dan membeli-belah di Kota Kinabalu kerana telah memberikan kerjasama kepada saya untuk mengutip data terhadap perkhidmatan yang mereka sediakan. Akhir kata, jutaan terima kasih juga kepada semua yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam menjayakan penyelidikan ini.

Nurul Izzah Binti Ismail
9 Ogos 2023

ABSTRAK

Industri pelancongan tergolong di dalam salah satu sektor yang memberikan sumbangan yang utama terhadap perkembangan ekonomi negara oleh itu semasa melancong, pelancong akan menggunakan perkhidmatan seperti sektor pengangkutan, restoran, penginapan, hiburan dan sebagainya. Kajian ini adalah berkaitan dengan ciri tingkah laku pembelian pelancong domestik terhadap sektor perkhidmatan terpilih di Kota Kinabalu, Sabah. Isu kajian ini adalah untuk mengetahui kuasa membeli seseorang pelancong apabila mereka tiba di Kota Kinabalu, Sabah adakah semasa melancong mereka berfokuskan kepada aspek kos yang murah atau mahal, aspek keselamatan dan sebagainya. Dalam kajian ini, terdapat empat objektif kajian iaitu (i) mengenal pasti ciri tingkah laku pembelian pelancong terhadap sektor perkhidmatan terpilih semasa berkunjung ke Kota Kinabalu, Sabah ; (ii) meneliti perbezaan kuasa beli pelancong terhadap sektor perkhidmatan terpilih ketika berkunjung ke Kota Kinabalu, Sabah; (iii) menganalisis hubungan kait ciri pembelian terhadap sektor perkhidmatan dan profil demografi terpilih pelancong terhadap sektor perkhidmatan yang digunakan dan (iv) mencadangkan strategi untuk segmen pemasaran mengikut ciri tingkah laku pembelian pelancong yang berbeza. Reka bentuk kajian yang digunakan adalah kajian deskriptif untuk menjelaskan sesuatu fenomena dan tingkah laku. Jumlah responden dalam kajian ini adalah 280 orang pelancong domestik yang pernah datang atau yang sedang berkunjung ke Kota Kinabalu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kaedah gabungan yang menggabungkan dua data iaitu data kuantitatif daripada borang soal selidik dan data kualitatif daripada data temu bual yang dijalankan. Hasil kajian dianalisis menggunakan aplikasi Statistical Package for Social Sciences (SPSS) dengan penggunaan analisis frekuensi, analisis skor min, ujian t dan ANOVA. Dapatan kajian menunjukkan bahawa pelancong lebih memilih harga yang murah sebagai aspek yang utama di mana pelancong yang berkunjung ke Kota Kinabalu mempunyai ciri pembelian terhadap perkhidmatan yang lebih murah tanpa mengambil kira sebarang faktor lain. Tiga cadangan utama yang diberikan oleh pelancong adalah menyediakan kepelbagaian tarikan pelancong, kemudahan prasarana serta pakej pelancongan yang ditawarkan. Secara ringkasnya, faktor dan ciri tingkah laku pembelian pelancong terhadap sektor perkhidmatan terpilih ini boleh dikaji kerana setiap individu yang datang berkunjung ke Kota Kinabalu ini mempunyai cita rasa dan keinginan yang berbeza terhadap sesuatu perkhidmatan yang ditawarkan. Antara sumbangan kajian ini adalah ia dapat membantu industri pelancongan di negara dengan meningkatkan kualiti barang dan perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelancong. Selain itu, kajian ini juga dapat memberikan maklumat tambahan khususnya kepada pihak berkuasa tempatan dan Kementerian Pelancongan amnya berkenaan pemilihan sektor perkhidmatan pelancong yang datang ke Kota Kinabalu.

ABSTRACT

PURCHASING BEHAVIOR OF THE DOMESTIC TOURIST TOWARDS SELECTED SERVICE SECTORS IN KOTA KINABALU, SABAH

The tourism industry is one of the sectors that make a major contribution to the development of the country's economy. While traveling, tourists will use services such as the transport sector, restaurants, accommodation, entertainment, and so on. This study is related to domestic tourist purchasing behavior characteristics in the selected services sectors in Kota Kinabalu, Sabah. The issue of this study is focused on the purchasing characteristics of tourists visiting Kota Kinabalu and the purchasing of selected service sectors while traveling. In this study, there were four study objectives (i) identifying the characteristics of tourist purchasing behavior in selected service sectors while visiting Kota Kinabalu, Sabah ; (ii) examining the difference in tourist purchasing power over selected service sectors when visiting Kota Kinabalu, Sabah; (iii) analyzes the relevance of purchasing features to the service sector and the selected demographic profile of tourist to the service sector and (iv) proposes strategies for marketing segments based on the characteristics of tourist purchasing different behavior. The design of the study used is a descriptive study to explain a phenomenon and behavior. The total number of respondents in this study is 280 domestic tourists who have visited or are currently visiting Kota Kinabalu. The data collection technique used is through a combined method that combines two data, namely quantitative data from questionnaires and qualitative data from interviews conducted. The results of the study were analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) application using frequency analysis, mean score analysis, t-test and ANOVA. The findings show that tourists prefer cheap prices as the main ascent whereas tourists visiting Kota Kinabalu have a purchasing feature on cheaper services without regard to any factors. The three main suggestions provided by tourists are to provide a variety of tourist attractions, infrastructure facilities, and travel packages offered. In short, the factors and characteristics of tourist purchasing behavior in this selected service sector can be studied as each person who comes to Kota Kinabalu has a different taste and desire for a service offered. Among the contributions of this study is that it can help the tourism industry in the country by improving the quality of goods and services offered to tourists. In addition, the study may provide additional information specifically to local authorities and the Ministry of Tourism regarding the selection of tourist services sectors coming to Kota Kinabalu.

SENARAI KANDUNGAN

	Halaman
TAJUK	i
PENGAKUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xiv
SENARAI RAJAH	xvii
SENARAI SINGKATAN	xix
SENARAI LAMPIRAN	xx
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar Belakang Kajian	1
1.3 Permasalahan Kajian	8
1.4 Persoalan Kajian	9
1.5 Objektif Kajian	10
1.6 Skop Kajian	10
1.6.1 Isu Kajian	11
1.6.2 Lokasi Kajian	11

1.6.3	Responden Kajian	12
1.6.4	Tempoh Masa Kajian	12
1.7	Kawasan Kajian	13
1.7.1	Ciri-ciri Lokasi Geografi	14
1.7.2	Ciri-ciri Persekitaran Fizikal	14
1.7.3	Ciri-ciri Persekitaran Manusia	15
1.8	Kepentingan Kajian	15
1.8.1	Pengenalan (Jangkaan Umum)	15
1.8.2	Aspek Teoritikal	16
1.8.3	Aspek Metodologi	16
1.8.4	Aspek Praktikal	16
1.8.5	Aspek Empirikal	17
1.8.6	Agenda Masa Depan	17
1.9	Kesimpulan	18
BAB 2 : TINJAUAN SOROTAN LITERATUR		19
2.1	Pengenalan	19
2.2	Definisi Konsep	20
2.2.1	Kuasa Beli	20
2.2.2	Pelancongan	20
2.2.3	Sektor Perkhidmatan dalam Pelancongan	22
2.2.4	Pelancongan Domestik	22
2.3	Definisi Operasional Kajian	23
2.4	Konsep dan Elemen Geografi dalam Pelancongan	25
2.5	Latar Belakang Teori dan Model	27

2.5.1	Konsep Proses Membuat Keputusan Pengguna Dalam Pola Pembelian (2010)	27
2.5.2	Model Tingkah Laku dan Kuasa Beli Pelancong dan Pilihan Destinasi (2002)	30
2.6	Imej Destinasi Pelancongan	32
2.7	Pemilihan Destinasi Pelancongan	34
2.8	Perkembangan Pembelian Pelancong	38
2.8.1	Perkembangan Pembelian dan kuasa beli Pelancong di Peringkat Antarabangsa	38
2.8.2	Perkembangan Pembelian dan kuasa beli Pelancong di Peringkat Nasional	40
2.8.3	Perkembangan Pembelian dan Kuasa Beli Pelancong di Peringkat Negeri Sabah	42
2.8.4	Perkembangan Pembelian dan Kuasa Beli Pelancong di Peringkat Kota Kinabalu, Sabah	45
2.9	Sorotan Kajian Lepas	47
2.9.1	Tingkah Laku Pengguna dan Corak Pembelian	47
2.9.2	Kepuasan Pelancong	50
2.9.3	Persepsi Pelancong Terhadap Produk Pelancongan	52
2.9.4	Kualiti Perkhidmatan dan Kemudahan	54
2.9.5	Kesan Tingkah Laku Pengguna	57
2.10	Lompang Kajian	58
2.11	Kerangka Konseptual Kajian	59
2.12	Kesimpulan	61
BAB 3	: METODOLOGI KAJIAN	62
3.1	Pengenalan	62

3.2	Reka Bentuk Kajian	62
3.3	Pendekatan Kajian	63
3.4	Kaedah Kajian	64
	3.4.1 Kaedah Gabungan (Mixed Method)	64
3.5	Instrumen Kajian	65
	3.5.1 Data Kuantitatif	65
	3.5.2 Data Kualitatif	66
3.6	Populasi dan Sampel Kajian	67
	3.6.1 Penentuan Populasi Kajian	67
	3.6.2 Penentusn Saiz Sampel Kajian	67
	3.6.3 Kaedah Persampelan	68
3.7	Teknik Mengumpul Data	68
	3.7.1 Data Primer	68
	3.7.2 Data Sekunder	71
3.8	Teknik Menganalisis Data	73
	3.8.1 Teknik Analisis Data	73
	3.8.2 Teknik Persembahan Data	78
3.9	Carta Alir Metodologi Kajian	78
3.10	Ujian Kebolehpercayaan	80
3.11	Kajian Rintis	80
3.1	Kesimpulan	81
BAB 4	: CIRI TINGKAH LAKU PEMBELIAN PELANCONG DAN PERBEZAAN TERHADAP SEKTOR PERKHIDMATAN TERPILIH DI KOTA KINABALU, SABAH	82

4.1	Pengenalan	82
4.2	Profil Demografi Responden	83
4.2.1	Profil Responden	83
4.2.1	Umur Responden	84
4.2.3	Status Perkahwinan	85
4.2.4	Bangsa	86
4.2.5	Tahap Pendidikan	87
4.2.6	Pekerjaan	88
4.2.7	Jumlah Pendapatan Responden	89
4.2.8	Tempoh Masa Menginap di Bandaraya Kota Kinabalu	90
4.3	Ciri Kunjungan Pelancong ke Bandaraya Kota Kinabalu, Sabah	91
4.3.1	Kekerapan Kunjungan Ke Bandaraya Kota Kinabalu	91
4.3.2	Jenis/Bentuk Kunjungan	92
4.3.3	Kaedah Pengangkutan yang Digunakan	94
4.3.4	Jenis Kemudahan Penginapan yang Digunakan	95
4.4	Ciri Pembelian Perkhidmatan Ketika Melancong ke Kota Kinabalu	97
4.4.1	Ciri yang Mempengaruhi Pembelian Sesuatu Perkhidmatan	97
4.4.2	Ciri pembelian Responden Terhadap Perkhidmatan Terpilih	98
4.5	Perbezaan Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan Terpilih	101
4.5.1	Tahap Tinggi	112
4.5.2	Tahap Sederhana	115

4.6	Kesimpulan	117
BAB 5	HUBUNG KAIT CIRI PEMBELIAN TERHADAP : SEKTOR PERKHIDMATAN DAN PROFIL DEMOGRAFI TERPILIH PELANCONG	118
5.1	Pengenalan	118
5.2	Hubung kait Ciri pembelian Terhadap Sektor Perkhidmatan Dengan Profil Demografi Terpilih Pelancong di Kota Kinabalu	118
5.2.1	Analisis Ujian-t Bagi Ciri pembelian Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan Dengan Profil Demografi Terpilih di Kota Kinabalu	119
5.2.2	Analisis ujian ANOVA sehalu ini dijalankan bagi ciri pembelian terhadap sektor perkhidmatan dengan profil demografi terpilih pelancong di Kota Kinabalu berdasarkan kumpulan umur, Tahap Pendidikan, dan Pekerjaan	123
5.3	Cadangan Strategi Untuk Segmen Pemasaran Mengikut Ciri Pembelian Pelancong yang Berbeza	161
5.4	Kesimpulan	169
BAB 6	: RUMUSAN DAN CADANGAN	170
6.1	Pengenalan	170
6.2	Penemuan Kajian	170
6.2.1	Ciri Pembelian Pelancong Terhadap Perkhidmatan Terpilih Semasa Berkunjung di Kota Kinabalu, Sabah	171
6.2.2	Perbezaan yang Mempengaruhi kuasa beli pelancong	171
6.2.3	Hubungkait ciri kuasa beli terhadap sektor perkhidmatan dan profil demografi	172

6.2.4	Hubungkait ciri kuasa beli terhadap sektor perkhidmatan terhadap kumpulan umur, tahap pendidikan dan pekerjaan	173
6.2.5	Cadangan Strategi untuk Segmen Pemasaran	175
6.3	Implikasi dan Cabaran	176
6.3.1	Melibatkan Golongan Muda Dalam Pembelian Sesuatu Perkhidmatan	176
6.3.2	Kuasa Beli yang Semakin Menurun	176
6.3.3	Berlakunya Penambahbaikan Dalam Infrastruktur	177
6.4	Sumbangan Kajian	177
6.4.1	Bidang Ekonomi	178
6.4.2	Bidang Pelancongan	178
6.4.3	Bidang Akademik	178
6.4.4	Polisi dan Dasar Kerajaan	178
6.5	Cadangan Kajian Masa Depan	179
6.5.1	Kajian Mengenai Bagaimana Ciri Pembelian di Sabah	179
6.5.2	Kajian Mengenai Kuasa Beli Pengguna di Sabah	179
6.6	Kesimpulan	180
6.7	Limitasi Kajian	180
6.8	Penutup	182
	RUJUKAN	183
	LAMPIRAN	189

SENARAI JADUAL

	Halaman
Jadual 1.1 : Definisi Operasional yang digunakan dalam kajian	24
Jadual 3.1 : Sampel Kajian	67
Jadual 3.2 : Sumber Variasi Analisis Inferensi (Ujian-t tidak bersandar)	76
Jadual 3.3 : Sumber Variasi Analisis Inferensi (Ujian Anova Sehalal)	77
Jadual 3.4 : Nilai Alpha Cronbach bagi soalan skala likert dalam soal selidik	80
Jadual 4.1 : Ciri yang Mempengaruhi dalam Melakukan Pembelian Perkhidmatan	97
Jadual 4.2 : Ciri Kuasa Beli dan Pembelian Responden Terhadap Perkhidmatan Terpilih	100
Jadual 4.3 : Kuasa Beli Pelancong Terhadap Perkhidmatan Sektor Pelancongan Terpilih Ketika Berkunjung Ke Kota Kinabalu	105
Jadual 4.4 : Tafsiran Skor Min	109
Jadual 4.5 : Tafsiran Skor Min Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan Terpilih yang Berkunjung Ke Kota Kinabalu	110
Jadual 5.1 : Analisis Ujian-t bagi Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan	119

Jadual 5.2	: Skor Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Kumpulan Umur di Kota Kinabalu	123
Jadual 5.3	: Ujian ANOVA Sehala bagi Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Kumpulan Umur di Kota Kinabalu	125
Jadual 5.4	: Ujian Post Hoc	128
Jadual 5.5	: Skor Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Tahap Pendidikan di Kota Kinabalu	133
Jadual 5.6	: Ujian ANOVA Sehala bagi Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Tahap Pendidikan di Kota Kinabalu	137
Jadual 5.7	: Ujian Post Hoc	140
Jadual 5.8	: Skor Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Pekerjaan di Kota Kinabalu	146
Jadual 5.9	: Ujian ANOVA Sehala bagi Ciri Kuasa Beli Pelancong Terhadap Sektor Perkhidmatan yang Terpilih Berdasarkan Pekerjaan di Kota Kinabalu	151
Jadual 5.10	: Ujian Post Hoc	153
Jadual 5.11	: Kepelbagaian Tarikan Pelancongan	161
Jadual 5.12	: Kemudahan Prasarana/infrastruktur, Kemudahan dan Perkhidmatan	163

Jadual 5.13	: Pakej Pelancongan yang Ditawarkan	165
Jadual 5.14	: Lain-lain Cadangan	167



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI RAJAH

	Halaman
Rajah 1.1 : Negara-negara yang Berada di Lima Kedudukan Tertinggi	5
Rajah 1.2 : Kedudukan Negeri yang Tertinggi Dilawati dan Komponen Perbelanjaan Pelancong	7
Rajah 1.3 : Peta Lokasi Kajian di Kota Kinabalu, Sabah	13
Rajah 2.1 : Model Leiper (1990)	26
Rajah 2.2 : Konsep Proses Membuat Keputusan Pengguna Dalam Pola Pembelian	27
Rajah 2.3 : Model Tingkah Laku dan Kuasa Beli Pelancong dan Pilihan Destinasi	31
Rajah 2.4 : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Destinasi Pelancongan	37
Rajah 2.5 : Kerangka Konseptual Kajian Ciri Pembelian dan Kuasa Beli	60
Rajah 3.1 : Proses Memperoleh Responden Secara Atas Talian	70
Rajah 3.2 : Formula Pengiraan Jumlah Skor, Min dan Peratus	74
Rajah 3.3 : Carta Alir Penyelidikan	79
Rajah 4.1 : Profil Demografi	83
Rajah 4.2 : Umur Responden	84
Rajah 4.3 : Status Perkahwinan	85

Rajah 4.4	:	Bangsa	86
Rajah 4.5	:	Tahap Pendidikan	87
Rajah 4.6	:	Pekerjaan	88
Rajah 4.7	:	Pendapatan Responden	89
Rajah 4.8	:	Tempoh Lama Menginap di Bandaraya Kota Kinabalu	90
Rajah 4.9	:	Kekerapan Kunjungan Ke Bandaraya Kota Kinabalu	91
Rajah 4.10	:	Jenis/Bentuk Kunjungan	93
Rajah 4.11	:	Kaedah Pengangkutan yang digunakan	94
Rajah 4.12	:	Jenis Kemudahan Penginapan	96



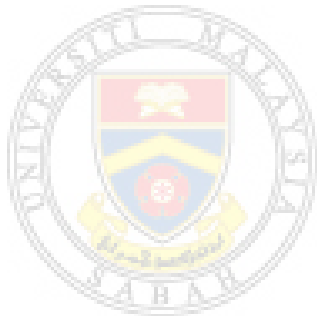
UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI SINGKATAN

ANOVA	- Analysis of Variance
ASEAN	- Association of Southeast Asian Nations
ATM	- Automated Teller Machine
CDB	- Central Business District
COVID-19	- Coronavirus Disease
KKIA	- Kota Kinabalu International Airport
MBMB	- Majlis Bandaraya Melaka Bersejarah
MICE	- Pelan Pembangunan Koridor Sabah
MOE	- Tourist Shopping Village
OKU	- Orang Kurang Upaya
PKP	- Perintah Kawalan Pergerakan
PMR	- Penilaian Menengah Rendah
SDC	- Pelan Pembangunan Koridor Sabah
SPSS	- Statistical Analysis Software
SPM	- Sijil Pelajaran Malaysia
STPM	- Sijil Tinggi Persekolahan Malaysia
TSV	- Tourist Shopping Village
UAE	- United Arab Emirates
UPSR	- Ujian Pencapaian Sekolah Rendah
UNWTO	- United World Tourism Organizations

SENARAI LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Borang Soal Selidik	189
Lampiran B : Borang Temu Bual Pengusaha/Wakil	198
Lampiran C : Borang Temu Bual Pelancong	202
Lampiran D : Foto Di Lapangan	206
Lampiran E : Temubual Bersama Dengan Pelancong Secara Online	207
Lampiran F : Temubual Bersama Dengan Pengusaha/Wakil Secara Online	208



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Bab ini membincangkan perkara yang relevan dengan konteks kajian iaitu ciri tingkah laku pembelian pelancong domestik terhadap sektor perkhidmatan terpilih di Kota Kinabalu, Sabah. Selain itu, bab ini juga menyatakan permasalahan kajian. Seterusnya, bab ini juga menghuraikan berkenaan persoalan kajian, objektif kajian, skop kajian, kawasan kajian dan kepentingan kajian. Terdapat empat objektif kajian yang ingin dicapai dalam kajian ini. Selain itu, skop kajian akan membincangkan topik kajian, lokasi kajian, responden kajian dan tempoh masa kajian akan dijalankan. Penerangan kawasan kajian akan menjelaskan ciri-ciri lokasi kajian. Kepentingan penyelidikan pula terbahagi kepada aspek pengenalan, metodologi, empirikal dan praktikal. Secara ringkasnya, bab ini memberikan gambaran yang jelas berkaitan keseluruhan penyelidikan yang dijalankan.

1.2 Latar Belakang Kajian

Pembelian adalah salah satu aktiviti yang dilakukan oleh semua individu semasa melancong untuk menggunakan perkhidmatan dan barangan, dan ia penting kepada masyarakat kerana bagi masyarakat aktiviti pembelian ini adalah dapat merencanakan perkembangan ekonomi tempatan dan peranan masyarakat sebenarnya dianggap mempunyai kuasa untuk mengubah harga atau kualiti sesuatu perkhidmatan dan barangan yang ditawarkan. Sekiranya pengguna gagal mempengaruhi pasaran maka

mereka dianggap tidak berkemampuan dan ini akan menyebabkan masyarakat pengguna terpaksa menanggung kesan daripada penggunaan produk yang tidak berkualiti. Oleh itu, pengguna atau individu perlu mengetahui bahawa individu mempunyai pengaruh yang besar terhadap perubahan harga atau kualiti barangan dan perkhidmatan yang disediakan (McGhee, 2014). Tambahan pula, menurut kajian yang dijalankan oleh Sellers (1989), antara 54% hingga 70% pelanggan akan setia kepada organisasi sekiranya pihak yang berkenaan mengambil tindakan terhadap aduan mereka. Ini membuktikan kuasa beli penting dalam menentukan pasaran kerana pengguna akan menjadi faktor penentu kepada produk yang ditawarkan di pasaran.

Seperti yang dijelaskan oleh Sen (2017), peningkatan kos sara hidup seorang individu boleh menyebabkan penurunan kuasa beli pelancong di sesuatu kawasan, contohnya sekiranya peningkatan kos sara hidup seorang individu tinggi, maka kuasa beli akan berkurangan dan sebaliknya. Masalah kenaikan kos sara hidup bukan sahaja dihadapi oleh negara-negara yang membangun, malah negara maju seperti Amerika Syarikat dan Jepun turut berdepan dengan masalah kenaikan kos sara hidup. Pada tahun 2014, New York, sebuah bandar maju di Amerika Syarikat, menduduki tempat kelapan dalam kalangan bandar dengan gaji tertinggi, tetapi dianggap mempunyai kuasa beli yang lebih rendah berbanding bandar lain di negara tersebut. Hasil daripada tinjauan Worldwide Cost of Living Survey (2017) melaporkan bahawa hubungan industri pelancongan dengan kuasa beli pengguna sangat bergantung pada tahap pembangunan dalam wilayah atau negara tertentu. Di samping itu, tinjauan ini menyatakan bahawa kos sara hidup dipengaruhi oleh kenaikan harga perumahan dan barangan pengguna, yang memburukkan lagi ketidaksamaan pendapatan antara kumpulan berpendapatan tinggi dan rendah.

Pemahaman tentang kuasa beli pengguna adalah penting dalam menentukan pasaran bagi sebarang pasaran produk. Maklumat ini penting kerana pengguna yang akhirnya akan memutuskan sama ada sesuatu produk tersebut akan berjaya atau tidak. McColl-Kennedy & Fetter (1999) menjelaskan bahawa kuasa pengguna boleh ditentukan dengan menganalisis jenis dan kuantiti barangan dan perkhidmatan yang terdapat dalam ekonomi dan sejauh mana pengguna mempunyai keupayaan untuk membelinya. Selain itu, menurut Harold (1991), kos sara hidup adalah tidak sama