

## **Penentu Faktor Ekonomi dan Bukan Ekonomi Terhadap Permintaan Pelancongan ke Malaysia**

*Economic and Non-Economic Factors Determining Tourism Demand in Malaysia*

Norlida Hanim Mohd Salleh ([norlidahanim@gmail.com](mailto:norlidahanim@gmail.com))

Tengku Kasmini Tengku Wook  
Tamat Sarmidi Pusat  
Redzuan Othman  
Pengajian Ekonomi  
Fakulti Ekonomi dan Pengurusan  
Universiti Kebangsaan Malaysia

### **ABSTRAK**

Kajian ini bertujuan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan Malaysia daripada beberapa pasaran utama Asia Barat iaitu Arab Saudi, UAE, Kuwait, Jordan, Lubnan, Syria, Oman dan Mesir. Rantau ini penting memandangkan ianya berpotensi untuk merangsang pembangunan industri pelancongan Malaysia. Ini dibuktikan oleh peratus pertumbuhan ketibaan yang meningkat secara drastik pada setiap tahun. Pasaran ini juga berkeupayaan membekalkan pelancong yang berkualiti bagi Malaysia. Ini dibuktikan oleh nilai perbelanjaan yang tinggi oleh pelancong dari rantau ini semasa mereka berada di Malaysia terutama bagi pelancong Arab Saudi dan UAE. Untuk tujuan tersebut, faktor ekonomi iaitu harga pelancongan ke Malaysia, harga pelancongan destinasi alternatif, kadar pertukaran, pendapatan pelancong dan perdagangan digunakan sebagai faktor penentu di dalam model ini selain faktor bukan ekonomi iaitu Tragedi 11 September 2001 dan faktor kesetiaan pelancong. Dengan menggunakan data panel, kajian ini menganggar secara empirikal kesignifikanan faktor-faktor ini dalam mempengaruhi permintaan pelancong dari rantau Timur Tengah ke Malaysia. Hasil kajian mendapati hanya dua pemboleh ubah ekonomi dan bukan ekonomi signifikan mempengaruhi permintaan pelancong iaitu pendapatan dan harga pelancongan ke destinasi alternatif serta tragedi 11 September 2001 dan faktor kesetiaan pelancong. Model penganggaran yang dibangunkan diklasifikasikan adalah baik kerana selari dengan teori ekonomi dan memenuhi kriteria ekonometrik.

Kata kunci: permintaan pelancongan, faktor penentu permintaan, pasaran Timur Tengah, Malaysia

### **ABSTRACT**

*The purpose of this paper is to analyze factors that influenced the demand for Malaysian tourism from the West Asia countries market namely, Saudi Arabia, UAE, Kuwait, Jordan, Lebanon, Syria, Oman and Egypt. The West Asia market is a lucrative market for Malaysian tourism industry based on its quality and increasing trend in recent year. Economic and non-economic factors that are hypothesized to influence the tourist demand from the West Asia are the Malaysian tourism price, the price of alternative tourist destinations, exchange rates, tourist income, international trade, the September 11 and loyalty to visit Malaysia. Using the panel analysis we find two economic factors namely tourist income and prices at alternative destinations and two non-economic factors that is 11<sup>th</sup> September and tourist loyalty are the significant determinants influencing West Asia tourists demand in Malaysia.*

*Keywords: Tourism demand, determinants factor of demand, Middle East Market, Malaysia*

### **PENGENALAN**

Dengan tema 'Malaysia Truly Asia', Malaysia berjaya memperkukuhkan lagi pembangunan industri pelancongan dan menjadikan negara ini sebagai destinasi pelancongan utama di Asia Tenggara dan kedua terpenting di Asia selepas China daripada segi ketibaan pelancong pada 2009. Industri pelancongan kini, menjadi salah satu sumber utama penyumbang kepada pertumbuhan ekonomi, pelaburan dan guna tenaga negara melalui tukaran asing. Ini terbukti dengan meningkatnya sumbangan

sektor ini umpamanya antara tahun 2006-2009, pendapatan dari industri pelancongan Malaysia telah mengalami peningkatan sebanyak 67.1 peratus kepada RM53.4 bilion dengan ketibaan pelancongan meningkat sebanyak 43.6 peratus kepada 23.6 juta orang. Selain itu, industri ini juga menyumbangkan sebanyak 1.7 juta peluang pekerja atau hampir 16 peratus jumlah guna tenaga.

Menyedari kepentingan sektor pelancongan kepada ekonomi, kerajaan Malaysia telah berusaha memperkukuhkan lagi sektor ini. Alokasi peruntukan yang besar iaitu sejumlah RM 2,587.1 juta telah diperuntukkan dalam Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMK-10) untuk agenda pembangunannya. Selain, mengekalkan pemberian galakan pelaburan pelancongan (Redzuan dan Norlida, 2006) dan menggalakkan misi pemasaran luar negara. Kerajaan juga meletakkan beberapa sasaran dalam RMK-10 iaitu berusaha memperbaiki kedudukan Malaysia supaya menjadi antara 10 negara teratas dari segi perolehan pendapatan pelancongan antarabangsa dan meningkatkan sumbangan sektor sebanyak 2.1 kali ganda, mencapai sasaran RM115 bilion dari segi pendapatan pelancongan dan menyediakan 2 juta pekerjaan pada tahun 2010.

Sasaran kerajaan ini dijangka menjadi realiti sekiranya pembangunan yang bersepadu dilakukan. Ini bermakna pembuat dasar berkaitan pelancongan dan mereka yang terlibat dalam industri ini saling bekerjasama dalam membangun dan mempromosikan pelancongan Malaysia. Untuk tujuan tersebut informasi berkaitan dengan faktor yang merangsang ketibaan pelancong dirasakan adalah antara faktor penting diketahui. Ini dapat dijadikan garis panduan kepada pembuat dasar dan mereka yang berkepentingan dalam industri pelancongan negara. Menyedari hakikat ini, kajian ini dilakukan dengan memfokuskan kepada permintaan daripada pelancong pasaran Timur Tengah. Pelancong Timur Tengah menjadi pilihan untuk dikaji memandangkan potensi cemerlang sama ada dari segi pertumbuhan ketibaan mahupun daripada aspek perbelanjaan yang tinggi yang dilakukan oleh mereka semasa berada di Malaysia.

Format penulisan kertas ini dimulakan oleh perbincangan profil ketibaan pelancong Timur Tengah ke Malaysia dan diikuti oleh sorotan kajian lepas, kaedah kajian, hasil kajian empirikal dan kesimpulan serta implikasi dasar.

## **KETIBAAN DAN PROFIL PELANCONG PASARAN TIMUR TENGAH**

Ketibaan pelancong Timur Tengah ke Malaysia secara keseluruhannya semakin meningkat pada setiap tahun sebagaimana ditunjukkan oleh JADUAL 1 dan RAJAH 1. Daripada jadual dan rajah didapati pada tahun 2000 jumlah ketibaan pelancong Timur Tengah hanya berjumlah 34,713 orang pelancong sahaja. Namun, menjelang 2009 jumlah ini meningkat kepada 284,890 pelancong. Ini bermakna pasaran ini telah mengalami pertumbuhan pada kadar purata kira-kira 2.64 peratus setahun bagi tempoh 2000-2009. Pertumbuhan ini sangat drastik dan mengatasi pertumbuhan ketibaan daripada pasaran lain bagi kes pelancongan Malaysia.

Ketibaan yang memberangsangkan ini berkemungkinan hasil daripada strategi yang dilakukan oleh pihak berkepentingan dalam industri ini di Malaysia antaranya seperti:

- Menyediakan infrastruktur yang lengkap, selamat dan mesra pelancong khusus bagi pelancong Timur Tengah
- Menyediakan pelbagai papan tanda, pengumuman dan kakitangan yang boleh berbicara dalam Bahasa Arab setibanya pelancong Timur Tengah di lapangan terbang Kuala Lumpur (KLIA)
- Menyediakan lorong imigresen khas bagi pelancong Timur Tengah
- Kewujudan pelbagai kemudahan seperti makanan halal, tempat ibadah dan kemudahan infrastruktur
- Keindahan pantai dan destinasi pelancongan semulajadi dan buatan manusia
- Kemudahan tempat membeli-belah
- Kemudahan Visa Ketibaan dan nilai wang yang baik
- Imej Malaysia sebagai negara Islam

Selain daripada itu, misi lawatan promosi pelancongan ke negara Timur Tengah dan lawatan serta kerjasama perdagangan yang dilakukan oleh Malaysia ke negara Timur Tengah juga dijangka menjadikan Malaysia lebih dikenali dan terpilih sebagai destinasi pelancongan sejak kebelakangan ini.

Ketibaan pelancong dari Timur Tengah ini banyak memberi manfaat dan penting kepada Malaysia. Ini kerana pelancong Timur Tengah merupakan pelancong yang bernilai tinggi dari segi perbelanjaan. Secara purata pelancong dari Timur Tengah, Arab Saudi sebagai contoh, mencatat jumlah perbelanjaan perkapita antara RM3,278.2-RM7,968.6 semasa mereka berada di Malaysia. Ini jelas menggambarkan pasaran ini amat menguntungkan ekonomi Malaysia. Perbelanjaan ini jauh lebih

tinggi daripada perbelanjaan yang dilakukan oleh pelancong daripada pasaran lain seperti dari Eropah (United Kingdom) yang mencatat perbelanjaan sekitar RM2,382.8–RM3,699 dan Amerika (Amerika Syarikat) dengan perbelanjaan antara RM2,490.7–RM2,917.9. Perbelanjaan purata pelancong antarabangsa di Malaysia mengikut pasaran di berikan dalam JADUAL 2.

Di samping perbelanjaan yang tinggi, pelancong ini juga tinggal lebih lama semasa berada di Malaysia. Maklumat lain mengenai profil pelancong Timur Tengah khususnya merujuk kepada pelancong UAE dan Arab Saudi dijelaskan dalam JADUAL 3. Daripada Jadual ini dapat dirumuskan dengan bertemakan pelancongan kekeluargaan dan tempoh masa penginapan yang lebih lama pastinya lebih banyak wang dibelanjakan semasa berada di Malaysia berbanding percutian secara bersendirian. Tambahan lagi bilamana corak perbelanjaan adalah tertumpu kepada membeli-belah.

## **KAJIAN LEPAS: PEMBOLEHUBAH DAN METODOLOGI KAJIAN**

Bahagian kajian lepas dalam penulisan ini akan membincangkan pembolehubah bebas dan bersandar serta kaedah yang kerap digunakan dalam kajian pelancongan.

### **Pembolehubah bersandar dan bebas analisis permintaan pelancongan**

Jumlah ketibaan pelancong adalah proksi yang paling popular digunakan untuk permintaan pelancongan. Berapa faktor lain yang digunakan termasuk perbelanjaan pelancong, bilangan bermalam dan tempoh masa tinggal di sesuatu destinasi pelancongan. JADUAL 4 menunjukkan sekitar 70 daripada 109 kajian permintaan adalah menggunakan ketibaan pelancong sebagai pembolehubah bersandar. Ini disokong oleh Li (2004), yang mengkaji semula 45 artikel diterbitkan semenjak 1990. Pengarang itu mendapati 37 kajian memilih ketibaan pelancong sebagai pembolehubah bersandar. Pembolehubah bebas atau penerang yang sering digunakan dalam analisis permintaan pelancongan pula terdiri daripada harga pelancongan dan pendapatan. Menurut teori permintaan, kedua-dua faktor ini memainkan peranan penting dalam permintaan. Lain-lain faktor yang boleh digunakan dalam model permintaan khususnya pelancongan adalah harga destinasi pengganti. Di sini merujuk kepada harga atau kos melancong didestinasikan percutian alternatif bagi Malaysia. Seterusnya adalah kos pengangkutan, kadar pertukaran dan beberapa pembolehubah lain seperti ditunjukkan oleh JADUAL 5.

### **Kaedah analisis permintaan pelancongan**

Pelbagai kaedah telah digunakan untuk menganalisis permintaan pelancongan. Umumnya kaedah *Ordinary Least Square* (OLS), sering digunakan sejak 1960s. Namun, wujud juga beberapa kaedah lain termasuk *Multiple Regression* menggunakan prosedur *Cochrane-Orcutt*, *Almost Ideal Demand Function* (AIDS), *Generalised Least Square* (GLS), *Two Stage Least Squares Estimator* dan persamaan tunggal menggunakan *Seemingly Unrelated Regressions* (SURE), merujuk JADUAL 6.

Walaupun OLS kerap digunakan namun, ia merupakan suatu analisis statik. Jesteru itu, kesahihan analisis ini banyak bergantung kepada andaian analisis klasik (*Classical Linear Regression Model -CLRM*) yang harus dipenuhi. Perhatian serius perlu diberikan terutama apabila menggunakan data siri masa yang panjang dan kerap bersifat tidak pegun. Kegagalan memenuhi andaian CLRM dengan penggunaan data siri masa akan menyebabkan anggaran regresi adalah tidak sah atau merupakan analisis palsu (Morley, 1999; Song dan Witt, 2006).

Beberapa kaedah lain digunakan untuk mengatasi masalah ini umpamanya analisis *Cochrane-Orcutt*, terutama apabila data didapati berautokorelasi (Witt dan Martin, 1987; Uysal and Crompton, 1984; Uysal, 1983; Witt, 1985; Poole, 1988; Blackwell, 1970; Hollender, 1982; Loeb, 1982; Martin dan Witt, 1987 dan 1988). Bagaimanapun, analisis ini hanya menyebabkan analisis jangka pendek. Hubungan jangka panjang antara pembolehubah yang mana penting untuk peramalan tidak diambil kira dalam kaedah ini.

Memperbaiki masalah ini pada pertengahan tahun-1990an, kebanyakan pengkaji menggunakan analisis dinamik seperti analisis kointegrasi. Kaedah ini dipelopori oleh Engle and Granger (1987) dan dikenalpasti sebagai kaedah yang baik untuk mengatasi masalah regresi palsu bila mana menggunakan data yang tidak pegun dalam analisis ekonometrik termasuk dalam analisis permintaan pelancongan. Selain daripada Engle dan Granger, terdapat beberapa pelopor lain dalam kaedah kointegrasi seperti Johansen dan Juselius yang membangunkan model *multivariate cointegration framework* (1990) dan Pesaran dan Shin (1995,) Pesaran et. al (1996), Pesaran et. al (1998), Pesaran dan Shin (1999), dan Pesaran et. al (2001) yang membangunkan kointegrasi dalam

kerangka model berlata (Autoregressive Distributed Lag -ARDL). Beberapa kajian pelancongan yang menggunakan kaedah ini adalah Narayan (2004); Halicioglu (2004); Toh, Habibullah and Goh (2006), Norlida et. al (2007, 2008, 2011).

Satu masalah lain yang kerap dihadapi dalam kajian di bidang pelancongan adalah masalah ketidakcukupan data. Namun, masalah ini dapat diatasi dengan penggunaan analisis data panel. Penggunaan data panel bukan sahaja dapat menyelesaikan masalah ketidakcukupan malah dapat meningkatkan keupayaan penganggaran.

## KAEDAH KAJIAN DAN SPESIFIKASI MODEL

Oleh kerana kajian ini juga menghadapi masalah dari segi kecukupan data, kajian ini menggunakan kaedah terbaik dengan memilih kaedah analisis data panel. Kajian ini menggunakan data terkumpul yang diambil daripada Statistik Pelancongan Malaysia Kementerian Pelancongan, World Tourism Organization, United Nations Statistics Division dan World Development Indicator bagi tempoh 1998 hingga 2008.

Permintaan pelancongan diprosikan oleh pemboleh ubah bersandar bilangan ketibaan pelancong yang dinotasikan sebagai  $TA_t$ . Manakala bagi pemboleh ubah bebas pula, terdiri daripada kadar pertukaran (ER), pendapatan per kapita pelancong (I), nilai perdagangan (Trade), harga pelancongan di Malaysia (TP) dan harga pengganti (SP) serta pembolehubah lat ketibaan pelancong ( $TA_{t-1}$ ) sebagai proksi kepada ketibaan pelancong dan tragedi 11 September 2011.

### Pembolehubah bersandar

Bilangan ketibaan pelancong dipilih sebagai pemboleh ubah bersandar bagi mewakili ukuran permintaan pelancongan antarabangsa. Pertambahan bilangan pelancong ke Malaysia melambangkan peningkatan permintaan pelancongan antarabangsa.

### Pembolehubah bebas

- Kadar pertukaran (ER) menunjukkan kekukuhan matawang pelancong berbanding dengan Ringgit Malaysia. Pengukuran yang dilakukan adalah nilai Ringgit Malaysia dibahagikan dengan nilai mata wang asing. Hasil menggambarkan berapa banyak Ringgit Malaysia diperoleh daripada setiap unit mata wang pelancong berkenaan.
- Perdagangan (Trade) merujuk kepada nilai perdagangan iaitu jumlah eksport dan import di antara Malaysia dengan Arab Saudi, UAE, Kuwait, Jordan, Lubnan, Syiria, Oman dan Mesir.
- Pendapatan pula merujuk kepada pendapatan per kapita pelancong (I) iaitu pendapatan purata yang diterima oleh pelancong. Penganggaran dibuat dengan membahagikan pendapatan negara asal pelancong dengan jumlah penduduk. Pendapatan per kapita memainkan peranan penting sebagai penentu permintaan pelancongan. Peningkatan dalam pendapatan akan mendorong lebih ramai pelancong termasuk dari golongan berpendapatan rendah untuk melancong.
- Harga pelancongan di Malaysia (TP) merujuk kepada harga barang dan perkhidmatan yang digunakan oleh pelancong di negara destinasi (Malaysia) iaitu dikira berdasarkan indeks harga pengguna (CPI) Malaysia dibahagi dengan CPI negara asal (Arab Saudi, UAE, Kuwait, Jordan, Lubnan, Syiria, Oman dan Mesir). Kemudian didarabkan dengan hasil bahagi di antara kadar pertukaran matawang (ER) Malaysia dan ER negara asal. Ini dilakukan bagi mendapatkan nilai dalam harga benar (real price).
- Harga pelancongan destinasi alternatif merujuk kepada harga pelancongan ke destinasi lain sebagai harga pengganti (SP) kepada pelancongan ke Malaysia dikira berdasarkan CPI negara destinasi alternatif (Singapura, Indonesia, Thailand dan Australia) dibahagi dengan ER negara tersebut (Habibi dan Khalid, 2009a & 2009b)

$$TP = \frac{CPI_{M'sia,t}}{CPI_{T.Tgh,t}} \times \frac{ER_{M'sia,t}}{ER_{T.Tgh,t}}$$

$$SP = \sum_{j=1}^n w_j CPI_j / ER_j$$

$$w_j = \frac{TA_j}{\sum_{j=1}^n TA_j}$$

Dengan:

$CPI_j$  dan  $ER_j$  = Masing-masing ialah Indeks Harga Pengguna dan Kadar Pertukaran Matawang negara alternatif ( $j$ ),  $j = 1, 2, 3$  dan  $4$ .

$w_j$  = pemberat kepada ketibaan pelancong antarabangsa untuk Negara  $j$ .

$TA_j$  = Jumlah ketibaan pelancong bagi Negara  $j$ .

- f) Pembolehubah lat ketibaan pelancong ( $TA_{t-1}$ ) turut dimasukkan ke dalam model permintaan yang dibangunkan. Lat ketibaan atau ketibaan pelancongan ulangan dalam kajian pelancongan juga dianggap sebagai kesan sebaran maklumat pelancong melalui percakapan (Word-of mouth [WoM]), (Salman, 2003; Dritsakis, 2004; Narayan, 2004; Toh, Habibullah and Goh, 2006; Muñoz, 2006; and Norlida et. al. 2007, 2008). Kegiatan pelancong yang menyebarkan maklumat destinasi pelancong ini merupakan promosi pelancongan secara tidak formal. Kesan akhir akan membawa lebih ramai pelancong hadir ke destinasi pelancongan yang dipromosikan selain mereka juga akan kembali melancong ke destinasi yang sama. Kegiatan mempromosikan destinasi dan mengulangi destinasi juga dianggap sebagai petunjuk kesetiaan pelancong (Rita, et.al, 2008; Tahir dan Meltem, 2008; Yooshik dan Uysal, 2005).

### Lain-lain pembolehubah bersandar (dami)

Dalam kajian ini, pembolehubah dami turut dimasukkan merujuk kepada peristiwa 11 September 2001. Tujuan memasukkan pemboleh ubah dami adalah untuk menentukan kesan sesuatu peristiwa (impact of "one shot" events). Pemboleh ubah dami mengambil nilai "1" pada tahun peristiwa tersebut berlaku dan bernilai "0" pada tahun-tahun lainnya. Lain-lain pemboleh ubah dami yang pernah digunakan dalam kajian pelancongan adalah kesan peperangan antara Greece dan Turkey (Papadopoulos dan Witt (1985), Perang Teluk dan peristiwa 11 September 2001 (Toh, Habibullah dan Goh, 2006; Moñoz, 2007; Norlida, et.al, 2007, 2008), kemalangan Chernobyl pada 1986 (Salman, 2003) dan penyebaran wabak Severe Acute Respiratory Syndrome-SARS 2003 Norlida, et.al, 2007, 2008).

### Pembentukan Model

Spesifikasi model adalah penting bagi menentukan bentuk model yang sesuai dalam analisis kajian. Spesifikasi model yang digunakan adalah seperti ditunjukkan oleh persamaan (1) dengan berlatar belakangkan teori permintaan. Model dibangunkan untuk mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan dari pasaran Timur Tengah di Malaysia. Di samping itu bertujuan menganggar keanjalan bagi setiap faktor-faktor penentu permintaan pelancongan.

Penganggaran model dibuat menggunakan kerangka analisis data panel. Secara umum, analisis data panel dibahagikan kepada beberapa model. Model yang paling biasa digunakan ialah model pekali seperti berikut.

$$TA_t : f(TP, I, EX, Trade, SP, TA_{t-1}, D_{01}) \quad \text{--- (1)}$$

(-) (+)(+/-) (+) (+/-)(+) (+)

Dengan:

$TA_t$	=	Ketibaan pelancong
$TP$	=	Harga pelancongan di Malaysia
$I$	=	Pendapatan per kapita pelancong
$ER$	=	Kadar pertukaran
$Trade$	=	Nilai perdagangan
$SP$	=	Harga pengganti
$TA_{t-1}$	=	Kesetiaan pelancong
$D_{01}$	=	Dami (11 September 2001)

Nota: Jangkaan tanda dalam kurungan ( ) menunjukkan hubungan antara pemboleh ubah bebas terhadap pemboleh ubah bersandar.

Persamaan bagi model penganggaran permintaan pelancongan adalah seperti persamaan (2).

$$LTA_t = \beta_0 + \beta_1 LTP_t + \beta_2 LI_t + \beta_3 LTrade_t + \beta_4 LSPS_t + \beta_5 LSPI_t + \beta_6 LSPT_t + \beta_7 LSPA_t + \beta_8 TA_{t-1} + \beta_9 D_{01} + \epsilon_t \quad \text{--- (2)}$$

Dengan:

$LTA_t$	=	log ketibaan pelancong dari Negara asal ke Malaysia pada tahun t;
$LTP_t$	=	log harga pelancongan di Malaysia pada tahun t;
$LI_t$	=	log pendapatan per kapita Negara asal pada tahun t;
$LTrade_t$	=	log nilai perdagangan pada tahun t;
$LSPS_t$	=	log harga pengganti bagi Singapura pada tahun t;
$LSPI_t$	=	log harga pengganti bagi Indonesia pada tahun t;
$LSPT_t$	=	log harga pengganti bagi Thailand pada tahun t;
$LSPA_t$	=	log harga pengganti bagi Australia pada tahun t;
$LTA_{t-1}$	=	log faktor kesetiaan pelancong pada tahun t;
$D_{01}$	=	pembolehubah patung dengan nilai 1 untuk tragedi 11 September 2001 dan nilai 0 untuk sebaliknya;
$\beta_0 \dots \beta_9$	=	pekali untuk penganggaran; dan
$\varepsilon_t$	=	sebutan ralat

Kajian ini menganalisis beberapa pasaran utama Timur Tengah iaitu Arab Saudi, UAE, Kuwait, Jordan, Lubnan, Syria, Oman dan Mesir. Pemilihan negara-negara ini adalah berdasarkan kepentingan terhadap industri pelancongan Malaysia.

### KEPUTUSAN KAJIAN

Penganggaran dilakukan dengan menggunakan perisian E-views. Berdasarkan keputusan yang diperoleh, didapati tidak kesemua pemboleh ubah bebas dalam model permintaan pelancongan adalah signifikan. Oleh itu, pemboleh ubah yang sangat tidak signifikan akan digugurkan contohnya pemboleh ubah bebas harga pengganti bagi negara Singapura, Indonesia dan Thailand. Ini bermakna pendekatan *general to specific* digunakan dalam kajian ini (Hendry, 1995; Song & Witt, 2003).

Model akhir permintaan pelancong yang dibangunkan dalam kajian ini adalah ditunjukkan oleh persamaan (3) dan keputusannya diberikan dalam persamaan (4).

$$LTA_t = \beta_0 + \beta_1 LTP_t + \beta_2 LI_t + \beta_3 LTrade_t + \beta_4 LSPA_t + \beta_5 LTA_{t-1} + \beta_6 D_{01} + \varepsilon_t \quad \text{--- (3)}$$

$$LTA_t = -3.57 - 0.03LTP + 0.24LI + 0.12LTrade + 1.53LSPA + 0.65LTA_{t-1} + 1.23D \quad \text{--- (4)}$$

(1.93) (0.04) (0.1)\*\* (0.11) (0.77)\*\* (0.11)\*\* (0.35)\*\*

$$R^2 = 0.6123$$

$$F^* = 17.1117$$

Nota: \*\* Signifikan pada aras keertian 5%

Angka dalam kurungan (..) adalah nilai ralat piawai

Hasil analisis bagi persamaan (4) adalah menggunakan data terkumpul dengan kaedah model pekali malar OLS. Keputusan mendapati pekali penentuan ( $R^2$ ) bagi model penganggaran adalah bernilai sebanyak 0.6123, bermakna sejumlah 61.23 peratus variasi dalam permintaan pelancongan iaitu bilangan ketibaan pelancong dari Timur Tengah dapat dijelaskan oleh model pekali malar OLS dengan faktor penentu seperti di persamaan (3).

Secara terperinci pula didapati, **Pendapatan** per kapita pelancong (LI) adalah pemboleh ubah penting dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan pendapatan mempunyai hubungan positif serta signifikan terhadap permintaan pelancongan dari Timur Tengah ke Malaysia. Jelas membuktikan bahawa rantau Timur Tengah merupakan pasaran yang berpotensi untuk pelancongan Malaysia kerana peratus golongan muda pasaran ini sedang meningkat dengan pendapatan per kapita yang tinggi, terutamanya Arab Saudi dan UAE. Hasil kajian menunjukkan 1 peratus peningkatan dalam pendapatan per kapita pelancong menyebabkan peningkatan sebanyak 0.24 peratus dalam bilangan ketibaan pelancong dari Timur Tengah. Ia juga menepati teori ekonomi menyatakan bahawa permintaan sesuatu barangan dan perkhidmatan akan meningkat dengan peningkatan dalam pendapatan. Oleh kerana keanjalan pendapatan tidak anjal, destinasi pelancongan Malaysia dari perspektif pelancong Timur Tengah adalah destinasi pelancongan normal/biasa sahaja. Peningkatan peratus dalam pendapatan menyebabkan peningkatan dalam permintaan melancong ke Malaysia dalam peratus yang lebih rendah. Untuk menjadikan produk pelancongan sebagai barangan mewah usaha perlu diambil untuk mempelbagaikan lagi produk pelancongan dan meningkatkan kualiti perkhidmatan yang ditawarkan kepada pelancong.

Bagi **harga pelancongan** (TP), sungguhpun menepati teori iaitu menunjukkan hubungan negatif tetapi didapati tidak signifikan dalam mempengaruhi permintaan pelancongan Timur Tengah ke Malaysia. Selain harga pelancongan ke Malaysia, kajian ini turut memilih **harga pengganti** (SP) ke empat negara destinasi alternatif iaitu Singapura, Indonesia, Thailand dan Australia. Namun, hanya harga pengganti ke negara Australia sahaja yang signifikan dalam kajian ini. Analisis kajian mendapati bahawa harga pengganti (Australia) berhubung secara positif dan signifikan terhadap permintaan pelancongan di Malaysia. Ini menunjukkan bahawa destinasi pelancongan alternatif bagi pelancong Timur Tengah adalah negara Australia dan ia menjadi pesaing kepada industri pelancongan Malaysia. Analisis menunjukkan bahawa 1 peratus peningkatan dalam harga barangan dan perkhidmatan di Australia mengakibatkan peningkatan sebanyak 1.53 peratus dalam bilangan ketibaan pelancong ke Malaysia.

Pembolehubah **perdagangan** (Trade) menunjukkan hubungan secara positif tetapi tidak signifikan terhadap permintaan pelancongan ke Malaysia. Ini bermakna sungguhpun perdagangan merupakan antara penyebab pedagang dari Timur Tengah mengunjungi Malaysia namun, faktor ini bukan faktor utama menyebabkan kebanjiran pelancong dari rantau ini ke Malaysia.

Pembolehubah lat ketibaan pelancong yang merupakan petunjuk kepada **kesetiaan pelancong** bagaimanapun adalah signifikan dan berhubung secara positif dengan permintaan pelancong. Ini bermakna untuk meningkatkan kesetiaan pelancong Timur Tengah ini ke Malaysia beberapa aspek khususnya kualiti perkhidmatan dan layanan yang membawa kepada kepuasan terbaik pelancong semasa berada di Malaysia perlu diberikan perhatian yang serius.

Pembolehubah dami juga penting dalam kajian ini. **Tragedi 11 September 2001** didapati memberi kesan yang positif dan signifikan terhadap aliran pelancong Timur Tengah ke Malaysia. Pelancong Timur Tengah menganggap Malaysia sebagai destinasi alternatif tempat percutian dan mempunyai potensi yang baik bagi kalangan pelancong Timur Tengah kerana imej sebagai negara Islam serta menjadikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan yang selamat (Norlida, et al. 2010).

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI DASAR

Tujuan utama kajian ini dijalankan ialah untuk mengenalpasti dan menganggar faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pelancongan dari pasaran Timur Tengah. Kajian ini menggunakan analisis data panel dan menggunakan kaedah model pekali malar OLS. Secara umum, keputusan yang dianggarkan adalah baik dan konsisten dengan teori permintaan serta memenuhi syarat-syarat statistik.

Kajian mengambil kira sejumlah sembilan pemboleh ubah penentu permintaan pelancongan yang dapat dikelompokkan kepada dua kumpulan faktor iaitu faktor ekonomi dan faktor bukan ekonomi. Faktor ekonomi terdiri daripada faktor harga pelancongan di Malaysia, harga faktor destinasi alternatif iaitu Singapura, Thailand, Indonesia dan Australia, pendapatan dan perdagangan. Sementara faktor bukan ekonomi terdiri daripada faktor kesetiaan pelancong dan peristiwa 11 September 2001.

Hasil kajian bagaimanapun mendapati hanya dua faktor ekonomi sahaja mempengaruhi permintaan pelancongan dari pasaran Timur Tengah iaitu pendapatan dan harga melancong ke destinasi alternatif iaitu Australia dengan bentuk hubungan adalah secara positif bagi kedua-dua pemboleh ubah. Ini bermakna semakin tinggi pendapatan pelancong Timur Tengah, semakin meningkat ketibaan dari pasaran ini. Dapatan ini selari seperti dapatan penyelidikan lain bagi pemboleh ubah pendapatan seperti Holicioglu, (2004), Toh, Habibullah dan Goh (2006), Karafona dan Gaunder (2004), Moño (2007) dan Norlida, et. al (2007), Manakala hubungan positif antara permintaan pelancongan Malaysia dan harga melancong ke Australia menunjukkan bahawa destinasi ini merupakan destinasi saingan kepada industri pelancongan Malaysia. Jesteru itu, sebagai cadangan dasar, semua pihak sama ada kerajaan atau swasta bertanggungjawab berganding bahu untuk memastikan kos melawat ke Malaysia mesti berpatutan dan kompetitif dengan destinasi pesaing terutama Australia. Pihak kerajaan harus sentiasa memantau sistem penentuan harga dalam sektor-sektor berkaitan yang menyediakan perkhidmatan kepada pelancong. Memandangkan pendapatan permintaan pelancongan adalah anjal, para penyedia perkhidmatan juga mesti memberikan sesuatu yang terbaik dan mempelbagaikan produk pelancongan bagi menarik lebih ramai pelancong Timur Tengah. Walaupun Australia bukan merupakan negara Islam, pelancong Timur Tengah lebih gemar memilih negara tersebut kebelakangan ini. Tarikan ke Australia berkemungkinan disebabkan oleh penyediaan perkhidmatan yang lebih selesa, harga barangan dan perkhidmatan lebih murah serta memenuhi citarasa mereka. Oleh demikian, menjadi tanggungjawab pihak berkepentingan untuk meningkatkan kualiti produk dan perkhidmatan serta membangunkan produk-produk pelancongan baru dalam usaha untuk menyaingi destinasi pelancongan Australia yang menjadi destinasi alternatif pelancong Timur Tengah ini.

Penyediaan kemudahan asas ini sangat signifikan mempengaruhi kepuasan pelancong dan akhirnya membawa kepada kesetiaan para pelancong (Rita, et.al, 2008; Tahir dan Meltem, 2008; Yooshik dan Uysal, 2005; Norlida, et. al. 2011). Jesteru, kajian mendapati pemboleh ubah kesetiaan juga signifikan mempengaruhi permintaan pelancong Timur Tengah ke Malaysia, sekali lagi membuktikan bahawa penyediaan kemudahan dan pelbagai aspek yang berkaitan dengan pelancong ini adalah penting diberikan perhatian.

Selain pembolehubah kesetiaan, pembolehubah peristiwa 11 September 2001 yang merupakan faktor bukan ekonomi juga didapati penting bagi menggalakkan permintaan pelancongan dari pasaran Timur Tengah. Data oleh WTO (2008) jelas membuktikan kemasukan pelancong Timur Tengah yang drastik selepas tahun 2011 ke rantau Asia Tenggara terutama ke Malaysia dan berlakunya penyusutan kemasukan pelancong Timur Tengah ke Eropah dan Amerika. Bagaimanapun, pemboleh ubah seperti peristiwa 11 September 2001 adalah diluar daripada kawalan kerajaan. Jesteru itu, tiada sebarang tindakan dapat dilakukan selain hanya memastikan keselamatan dalam negara yang lebih stabil dan tiada sebarang bentuk rusuhan dalaman berlaku kerana ini boleh menggugat keharmonian pelancong.

## RUJUKAN

- Fateh Habibi & Khalid Abdul Rahim. (2009). A Bound Test Approach to Cointegration of Tourism Demand. *American Journal of Economics and Business Administration* 1 (2): 165-172.
- Fateh Habibi & Khalid Abdul Rahim. (2009). Dynamic Model for International Tourism Demand for Malaysia: Panel Data Evidence. *International Research Journal of Finance and Economics* 33: 207-217.
- Norlida Hanim Mohammad Salleh & Redzuan Othman. (2010). Malaysian tourism demand from the Middle East market: a preliminary analysis. *International Journal of West Asian Studies* 2 (1): 37-52.
- Redzuan Othman & Norlida Hanim Mohd Salleh. (2006). Penentu Utama Permintaan Pelancong Antarabangsa Ke Malaysia Dari Pasaran Asia Timur Dan Pasifik. *International Journal of Management Studies* 13(2): 197-216.
- Redzuan Othman & Norlida Hanim Mohd Salleh. (2010). Relationship Between Tourism Industry Development and Economic Growth in Major ASEAN Countries.
- World Tourism Organization. (2010). Compendium of Tourism Statistics (1996-2000). Madrid, Spain
- Rita F., Kurt M. & Johann F. (2008). The impact of satisfaction and image on loyalty: The case of alpine ski resorts. *Managing Service Quality* 8(4): 336-351.
- Tahir A. dan Meltem C. (2008). Tourist satisfaction and its interaction with loyalty towards a destination. *Estableciendo Puentes En Una Economia Global/Coord. Por Julio Pindado Garcia, Gregory Payne*. Vol. 1.
- Yooshik Y. dan Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management* 26(1): 45-56.
- Anastasopoulos, P.G.E. (1984). Interdependencies in International Travel: The Role of Relative Price – A Case of the Mediterranean Region. Ph.D dissertation, New School of Social Research.
- Artus, J.R. (1970). The Effect of Revaluation in the Foreign Travel Balance of Germany. *International Monetary Fund Staff Papers*, 17, 602-19.
- Artus, J.R. (1972). An Econometric Analysis of International Travel. *International Monetary Fund Staff Papers*, 19(3), 579-614.
- Askari, G.H. (1973). Demand for Travel to Europe by American Citizens. *Economia Internazionale*, 26(May), 305-17.
- Australian Tourism Research Institute. (1988). Potential Tourism Demand in Australia: A Review of the Lessons of History. Published as Attachment 2 to Submission to Industries Assistance Commission Inquiry into Travel and Tourism, Canberra: Australian Tourism Industry Association.
- Bakkalsalihoglu, I. (1987). Analysis of Demand for International Tourism in Northern Mediterranean Countries. Ph.D dissertation, Northern Illinois University.
- Barry, K., and O'Hagan, J. (1972) An Econometric Study of British Tourist Expenditure in Ireland. *Economic and Social Review*, 3(2), 143-61.
- Bechdolt, Burley V. (1973). Cross-sectional Travel Demand Functions: U.S. Visitors to Hawaii, 1961-1970. *Quarterly Review of Economics and Business*, 13(4), 37-47.
- Blackwell, John. (1970). Tourist Traffic and the Demand for Accommodation: Some Projections. *Economic and Social Review*, 1(3), 323-43.



- Bond, Marian E., and Jerry R. Ladman. (1972). International Tourism and Economic Development: A Special Case for Latin America. *Mississippi Valley Journal of Business and Economics*, 8(fall), 43-55.
- Bureau of Transport and Communications Economics. (1988). Trends and Prospects for Australian International Air Transport. Occasional Paper No. 88. Canberra.
- Chadee, D., and Z. Mieczkowski. (1987). An Empirical Analysis of the Effects of the Exchange Rate on Canadian Tourism. *Journal of Travel Research*, 26 (1), 13-17.
- Cigliano, J. M. (1980). Price and Income Elasticities of Airlines Travel: The North Atlantic Market. *Business Economics*, 15(4), 17-21.
- Clarke, Carl. D. (1978). An Analysis of the Determinants of Demand for Tourism in Barbados. Ph.D dissertation, Fordham University.
- Cline, Roger S. (1975). Measuring Travel Volumes and Itineraries and Forecasting Future Travel Growth to Individual Pacific Destinations. In *Management Science Applications to Leisure Time Operations*. North Holland, NY, 135-45.
- Crompton, L. J., and Tan, K.T. (1973). A Model of Tourism Flow into the Pacific. *The Tourist Review*, 28, 98-104.
- Crouch, Geoffery. I., Schultz, L., and Valerio, P. (1992). Marketing International Tourism to Australia: A Regression Analysis. *Tourism Management*, 13(2), 196-208.
- Diamond, P. (1969). On the Economics of Tourism. *East African Economic Review*, December, 53-63.
- Divisekera, S. (2003). A model of tourism for international tourism. *Annals of Tourism Research*, 30, 31-49.
- Dritsakis, N. (2004). Cointegration analysis of German and British Tourism demand for Greece. *Tourism Management*, 25, 111-119.
- Edward, A. (1979). International Tourism Development Forecasts to 1985. Special Report No. 33. London: The Economist Intelligence Unit, Ltd.
- Edward, A. (1985). Choosing Holiday Destinations: The Impact of Exchange Rates and Inflation, Special Report No. 1109. London: The Economist Intelligence Unit, Ltd.
- Engle R.F, and Granger C.W.J. (1987). Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing, *Econometrica*, 55, 251-276.
- EvIEWS 6.1. (2002). *Quantitative Micro Software*, Irvine, CA.
- Fiji, E.T., and Mak, J. (1981). Forecasting Tourism Demand: Some Methodological Issues. *Annals of Regional Science*, 15(2), 72-82
- Gerakis, A.S. (1965). Effects of Exchange Rate Devaluations and Revaluations of Receipts from Tourism. *International Monetary Fund Staff Papers*, 12(3), 365-84.
- Gray, H.P. (1966). The demand for international travel by the United State and Canada. *International Economic Review*, 13, 83-92.
- Gunadhi, H., and Boey, C.K. (1986). Demand Elasticities of Tourism in Singapore. *Tourism Management*, 7(4), 239-53.
- Gutheris, H.W. (1961). Demand for Tourists' Goods and Services in a World Market. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 7: 159-75.
- Haitovsky, Y.I.S., and Silman, L.A. (1987). The Economic Impact of Charter Flights on Tourism to Israel: An Econometric Approach. *Journal of Transport Economics and Policy*. 21(2), 111-34.
- Halicioglu, F. (2004). An ARDL model of aggregate tourism demand for Turkey. *Global Business and Economics Review 2004 Anthology*, 614-624.
- Han, Z., Durberry, R., and Sinclair M.T. (2006). Modelling US tourism demand for European destinations. *Tourism Management*, 27, 1-10.
- Hanlon, J.P. (1976). Econometric Estimates of the Demand for Air Travel: Analysis of Business Travel Over Routes to the United Kingdom. Department of Transportation and Environmental Planning.
- Hiemstra, S.J. (1991). Projections of World Tourist Arrivals to the Year 2000. In *World Travel and Tourism Review: Indicators, Trends, and Forecasts*, vol. 1, edited by Donald E. Hawkins, J.R. Brent Ritchie, Frank Go, and Douglas Frechtling, CAB International.
- Hendry, D.F. (1995). *Dynamic Econometrics*, Oxford University Press, Oxford.
- Hollander, G. (1982). Determinants of Demand for Travel to and from Australia. Working Paper No. 26. Australia: Bureau of Industry Economics.
- Industries Assistance Commission. (1989). *Travel and Tourism*, Report No. 423. Canberra: Australian Government Publishing Service.
- Johansen, A., and Juselius. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Application to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52, 169-209.

- Jud, G.D. (1971). The Demand for Tourism: The Case of Latin America. Ph.D. dissertation, University of Iowa.
- Jud, G.D., and Joseph, H. (1974). International Demand for Latin American Tourism. *Growth and Change*, 5(1), 25-31.
- Kanellakis, V. (1975). International Tourism: Its Significance and Potential as an Instrument for the Economic Development of Greece. Ph.D dissertation, Department of Economics, Kansas State University.
- Katafona, R., and Gounder, A. (2004). Modelling tourism demand in Fiji. Working Paper 2004/01. Economics Department, Reserve Bank of Fiji.
- Kliman, M.L. (1981). A quantitative analysis of Canadian overseas tourism. *Transportation Research*, 15A(6), 487-497.
- Kulendran, N., and Witt, S.F. (2001). Cointegration versus least squares regression. *Annals of Tourism Research*, 28, 291-311.
- Kulendran, N., and Witt, S.F. (2003). Forecasting the demand for international business tourism. *Journal of Travel Research*, 41, 265-271.
- Kwack, S.Y. (1972). Effects of Income and Prices on Traveling Spending Abroad, 1960III-1967IV. *International Economic Review*, 13(2), 245-56.
- Laber, G. (1979). Determinants of International Travel between Canada and the United States. *Geographical Analysis*, 1(4), 329-36.
- Law, R., Au, N. (1999). "A Neural Network Model to Forecast Japanese Demand for Travel to Hong Kong", *Tourism Management*, 20 (1), .89-97.
- Li, G. (2004). Tourism forecasting-an almost ideal demand system approach, Unpublished Ph.D thesis, University of Surrey.
- Lim, C., & McAller, M. (2002). A cointegration analysis of annual tourism demand by Malaysia for Australia. *Mathematics and Computer in Simulation*, 59, 197-205.
- Lim, C., and McAleer, M. (2001). Cointegration analysis of quarterly tourism demand by Hong Kong and Singapore for Australia. *Applied Economics*, 33, 1599-1619.
- Lim, C. (2004). The major determinants of Korean outbound travel to Australia. *Mathematic and Computers in Simulation*, 64, 477-485.
- Lin, T.B., and Sun, Y.W. (1983). Tourism in Asia: The Economic Impact, edited by Elwood A.Pye and Tzong-Biau Lin. Singapore: Singapore University Press.
- Little, J.S. (1980). International Travel in the U.S Balance of Payments. *New England Economic Review*, May/June, 42-55.
- Loeb, P.D (1982). International Travel to the United States: An Econometric Evaluation. *Annals of Tourism Research*, 9(1): 7-20.
- Mak, J.M., and Yonamine, D. (1977). Determinants of Visitor Expenditures and Visitor Lengths of Stay: A Cross-Section Analysis of U.S Visitors to Hawaii, *Journal of Travel Research*, 15(3), 5-8.
- Martin, C.A., and Witt, S.F. (1987). Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists' Cost of Living. *Tourism Management*, 8(3), 223-45.
- Martin, C.A., and Witt, S.F. (1988). Substitute prices in models of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 255-268.
- Moncur, J.E.T. (1978). Thailand's Tourism, An Analysis of Visitor Length of Stay and Expenditures. Discussion Papers Series, No. 69. Thailand: Thammasat University, Faculty of Economics.
- Morley, C.L. (1998). A dynamic international demand model. *Annals of Tourism Research*, 25, 70-84.
- Moshirian, F. (1989). International Trade in Services. Ph.D, dissertation, Department of Economics, Monash University, Australia.
- Muñoz, T.G., and Amaral, T. P. (2000). An Econometric Model for International Tourism Flows to Spain. *Applied Econometrics Letter*. 7, 525-529.
- Muñoz, T.G. (2006). Inbound international tourism to Canary Islands: A Dynamic Panel Data Model. *Tourism Management*, 27, 281-291.
- Mutti, J.W., and Murai, Y. (1989). Airline Travel on the North Atlantic: Is Profitability Possible? *Journal of Transport Economics and Policy*, 11(1): 45-53.
- Narayan, P.K. (2004). Fiji tourism demand: the ARDL approach to cointegration. *Tourism Economics*, 10(2), 193-206.
- Norlida Hanim Mohd Salleh, Siong-Hook Law and Ahmad Shuib, Zaleha Mohd Noor, and Sridar Ramachandran. (2008). Asian Tourism Demand for Malaysia: A Bound Test Approach. *An International Journal of Contemporary Management Research*, 4,(4): forthcoming
- Noval, S. (1975). The Demand for International Tourism and Travel: Theory and Measurement. Ph.D dissertation, Princeton University.

- O'Hagan, J.W., and Harrison, M.J. (1984a). Market Share of U.S Tourist Expenditures in Europe: An Econometric Analysis. *Applied Economics*, 16(6), 919-31.
- O'Hagan, J.W., and Harrison, M.J. (1984b). UK and US Visitor Expenditure in Ireland: Some Econometric Findings. *The Economic and Social Review*, 15(3), 195-207.
- Oliver, F.R. (1971). The Effectiveness of the U.K Travel Allowance. *Applied Economics*, 3, 219-26.
- Papadopoulos, S., and Witt, S.F. (1985). A marketing analysis of foreign tourism in Greece. In S. Shaw, L. Sparks, & e. Kaynak (Eds.), *Proceeding of the second world marketing congress*. University of Stirling, 682-693.
- Parakevopoulos, G.N. (1977). *An Econometric Analysis of International Tourism*. Lecture Series 31, Athens: Center of Planning and Economic Research.
- Pesaran, M.H., and Shin, Y. (1995). Autoregressive distributed lag modeling approach to cointegration analysis. DAE Working Paper Series No 9514. Department of Economics, University of Cambridge.
- Pesaran, M.H., and Shin, Y. (1999). An autoregressive distributed lag modeling approach to cointegration analysis, in storm, S., ed, *Econometrics and Economic Theory in the 20<sup>th</sup> Century: the Ragnar Frish Centennial Symposium*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Pesaran, M.H., Shin, Y., and Smith, R.J. (1996). Testing the existence of long-run relationship. DAE Working Paper Series No 9622. Department of Applied Economics, University of Cambridge.
- Pesaran, M.H., Shin, Y., and Smith, R.J. (2001). Bound testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Poole, M. (1988). *Forecasting Methodology*. Occasional Paper No. 3. Australia: Bureau of Tourism Research.
- Quayson, J., & Turgut, V. (1982). A *Tourism Demand Function for the Okanagan, BC*, *Tourism Management*, 13(2), 108-115.
- Rojwannasin, B. O. (1982). Determinants of International Tourist Flows to Thailand. Ph.D dissertation, Faculty of Economics, Thammasat University, Bangkok, Thailand.
- Rosensweig, J.A. (1988). Elasticities of Substitution in Caribbean Tourism. *Journal of Development Economics*, 29(1), 89-100.
- Rugg, D.D. (1971) *The Demand for Foreign Travel*. Ph.D dissertation, University of California, Los Angeles.
- Rugg, D.D. (1973). The Choice of Journey Destination: A Theoretical and Empirical Analysis. *Review of Economics and Statistics*, 55(1), 64-71.
- Salman, A.K.(2003). Estimating tourism demand through cointegration analysis: Swedish data. *Current Issues in Tourism*, 323-338.
- Schulmeister, S. (1979). *Tourism and the Business Cycle: Econometric Models for the Purpose of Analysis and Forecasting of Short-term Change in the Demand for Tourism*. Vienna: Austrian Institute for Economic Research.
- Sieddighi, H.D., and Shearing, D.F. (1997). The demand for tourism in North East England with special reference to Northumbria: an empirical analysis. *Tourism Management*, 18(8), 499-511.
- Smeral, E. (1988). Tourism Demand, Economic Theory, and Econometrics: An Intergrated Approach. *Journal of Travel Research*, 26(4), 38-42.
- Smeral, E., and Witt, S.F. (1992). The Impact of Eastern Europe and 1992 on International Tourism Demand. *Tourism Management*, 13(4), 368-76.
- Smeral, E., Witt, .SF., and Witt, C.A. (1992). Econometric Forecasts: Tourism Trends to 2000. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 450-66.
- Smith, A. B., and Joms, J.N. (1978). *Factor affecting demand for international travel to and from Australia*. Canberra: Australian Government Publishing Service, Bureau of Transport Economics.
- Smith, S.L.J. (1989). *Tourism Analysis: A Handbook*. Harlow: Longman.
- Song, H., and Witt, S.F. (2003). Tourism forecasting: the general-to-specific approach. *Journal of Travel Research*, 42, 65-74.
- Song, H, Wong, K.K.F and Chan, K.K.S. (2003). Modelling and Forecasting the Demand for Hong Kong Tourism. *Hospitality Management*, 22, 435-451.
- Song, H., and Witt, S.F. (2006). Forecasting international tourists flows to Macau. *Tourism Managaement*, 27, 214-224.
- Straszheim, M.R. (1969). *The International Airline Industry*. Washington, D.C: The Brookings Institution.

Straszheim, M.R. (1978). Airline Demand Functions in the North Atlantic and Their Pricing Implications. *Journal of Transport Economics and Policy*, 12(2), 179-95.

Stronge, W.B., and Redman, M. (1982). U.S. Tourism in Mexico: An Empirical Analysis. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 21-35.

Summary, R. (1987). Estimation of Tourism Demand by Multivariate Regression Analysis: Evidence from Kenya. *Tourism Management*, 8(4), 317-322.

Sunday, A.A. (1978). Foreign Travel and Tourism Prices and Demand. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 268-73.

Toh, R.S., Habibullah, K., and Goh, L. (2006). Japanese demand for tourism in Singapore: A cointegration approach, *Tourism Analysis*, 10, 369-375.

Tremblay, P. (1989). Pooling International Tourism in Western Europe. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 477-91.

Truett, D.B., and Truett, L.J. (1982). Public Policy and the Growth of the American Tourism Industry, 1970-1979, *Journal of Travel Research*, 20(3), 11-19.

Truett, L.J., and Truett, D.B. (1987). The Response of Tourism to International Economic Conditions: Greece, Mexico, and Spain. *Journal of Developing Areas*, 21(2), 177-90.

Turgut, V.T., Mohammad, G. and Icoz, O. (1990). Factor Affecting International Tourism Demand for Turkey. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 606-38.

Uysal, M. & Crompton, J.L. (1984). Determinants of Demand for International Tourism Flow to Turkey. *Tourism Management*, 5(4), 288-97.

Uysal, M. (1983). Construction of a Model Which Investigates the Impact of Selected Variables on International Tourism Flows to Turkey. Ph.D, dissertation, Texas A&M University.

Uysal, M., and O'Leary, J.T. (1986). A Canonical Analysis of International Tourism Demand. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 651-55.

Witt, S.F. (1980a). An Abstract Mode-Abstract (Destination) Node Model of Foreign Holiday Demand. *Applied Economics*, 12(2), 163-80.

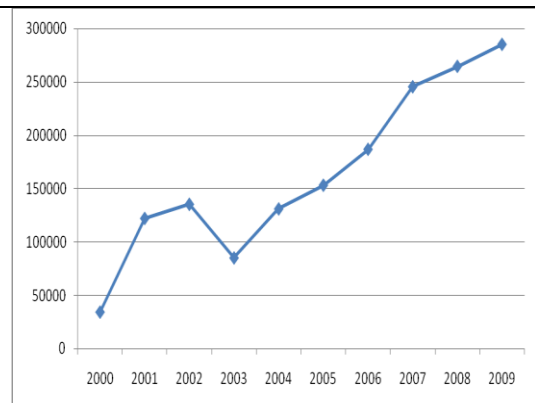
Witt, S.F. (1980b). An Econometric Comparison of U.K and German Foreign Holiday Behavior. *Managerial and Decision Economics*, 1(3), 123-31.

Witt, S.F. and Witt, C.A. (1995). Forecasting Tourism Demand: A Review of Empirical Research. *International Journal of Forecasting*, 11, 447-475.

Witt, S.F., and Martin, C.A. (1987). Econometric Models for Forecasting International Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, 25(3): 23-30.

JADUAL 1: Ketibaan Pelancong Timur Tengah ke Malaysia

Tahun	Pelancong
2000	34713
2001	122295
2002	135451
2003	85336
2004	131159
2005	153282
2006	186821
2007	245302
2008	264338
2009	284890



RAJAH 1: Ketibaan Pelancong Timur Tengah ke Malaysia

JADUAL 2: Perbelanjaan Perkapita Pelancong mengikut Pasaran

Negara	Tahun									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Asia dan Pasifik										
ASEAN	1335.6	1588.3	1443.3	1721.7	1669.0	1731.4	1849.3	1913.5	1961.0	2009.5
Australia <sup>1</sup>	2720.3	2703.8	2688.9	3051.0	2715.9	3892.1	3655.8	3981.7	3974.7	4011.8
Timur Tengah (Saudi Arabia)	3318.3	3278.2	5690.2	6765.8	5638.8	7841.1	7915.6	7968.6	7991.6	6430.8
Eropah (United Kingdom)	2718.7	2782.7	2382.8	3267.1	3027.0	3810.5	3517.4	3699.0	3797.6	3885.2
Amerika (Amerika Syarikat)	2519.8	2490.7	2914.7	2917.9	2758.3	2762.8	2749.9	2870.5	2949.6	2992.5

Sumber: Diubahsuai dari Kementerian Pelancongan, pelbagai tahun.

JADUAL 3: Demografi Pelancong Timur Tengah dan Maklumat Lawatan

Item	Arab Saudi	UAE
Jantina		
Lelaki	72.1	85.8
Perempuan	75.5	92.1
Umur		
20-24	9.8	5.5
25-34	54.0	53.4
35-44	22.1	25.1
Pekerjaan		
Profesional	38.2	42.6
Pentadbiran	21.6	21.6
Tempoh masa tinggal	10.6	8.8
Corak Perbelanjaan		
Membeli-belah	17.2	35.7
Makan dan minum	20	11.8
Penginapan	30	28.7
Pengangkutan	10.2	10.2
Tujuan kedatangan		
Bercuti	86.2	75.7
Perniagaan	6.7	1.1
Melawat saudara mara (VFR)	2.0	0.4
Temannya lawatan		
Pasangan	59.7	55.7
Keluarga	17.8	12.8
Sendiri	12.5	2.4

Sumber: Profil Pelancongan, 2009.

JADUAL 4: Pembolehkan bersandar permintaan pelancongan

Pembolehkan bersandar	Pengarang
Arrivals/departures	1,4,5,6,9,10,12,18,19,20,23,24,25,26,27,28,29,30,31, 33,34,35,37,38,39,43,44,45,46,47,50,51,55,56,57,58,59,61,63,65,66, 67,68,71,72,74,75,76,77,78,79,82,83,84,86,87,88,91,93,94,96,97,98, 100,101,102,103,106, 107, 108
Expenditure/receipts	2,3,7,8,9,11,12,13,14,15,16,17,21,22,23,28,32,34,37,39,41,42,52,53, 54,56,57,62,66,73,80,81,88,89,90,92, 99,105
Night	25,30,36,38,69,82,95
Average length of stay	23,59,60,64

Sumber: Norlida, et. al. (2007) dan Norlida (2009).

JADUAL 5: Pemboleh ubah bebas permintaan pelancongan

Independent Variables	Authors
Population	8,13,16,19,27,29,37,46,66,71,82,84,86,93
Income	1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,28,29,30,31,33,35,36,37,38,39,40,42,43,44,45,46,48,49,50,51,52,53,54,56,57,58,61,63,64,65,66,67,68,72,74,75,76,77,78,79,80,82,83,84,85,86,87,88,89,92,94,95,96,97,98,101,102,103,104,105,106,107,108
Travel cost	1,2,3,4,5,7,9,10,13,16,17,18,19,20,22,23,24,29,30,31,32,33,35,36,37,41,42,43,44,45,46,49,51,53,54,56,61,62,65,67,68,72,73,75,76,77,78,79,80,85,86,87,94,96,97,101,104,108
Travel cost to substitute	72,73,78
Exchange rate	3,4,8,11,23,26,30,31,34,35,38,41,48,49,50,52,53,54,56,57,58,63,64,65,66,67,70,72,78,79,81,83,86,91,93,94,95,96,97,101,102,103,107
Relative price at destination	6,7,9,10,11,12,14,15,19,21,22,26,28,34,36,38,40,41,42,43,44,46,47,48,49,50,52,53,54,56,57,58,61,63,64,65,66,67,68,70,71,72,73,74,75,76,77,78,79,80,81,82,84,86,88,89,90,92,93,94,95,96,97,98,101,102,103,104,106,107,108
Relative price at substitute destination	22,30,48,50,66,72,73,78,88,94,98,106
Marketing/advertisement	12,36,50,57,61,64,68,78,86,93
Dummy	4,6,11,12,14,15,30,41,43,44,48,50,52,53,56,57,58,61,65,68,71,72,73,81,87,88,89,94,95,98,107,108
Lag dependent	2,4,9,32,33,34,35,37,38,43,44,45,46,53,54,72,74
Time/trend	4,5,7,11,23,26,35,37,43,44,47,50,62,72,73,81,86,87,88,90

Sumber: Norlida, et. al. (2007) dan Norlida (2009).

JADUAL 6: Kaedah analisis permintaan pelancongan

	Methods	Authors
1	Ordinary Least Square Multiple Regression	1,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,34,36,37,38,39,40,41,46,44,45,46,48,49,50,51,52,53,54,55,56,57,58,61,62,63,65,66,67,68,72,74,75,77,78,79,80,81,82,83,84,85,86,90,91,94,103
2	Multiple Regression using Cochrane-Orcutt procedure	33,35,47,50,52,57,66,72,76
3	Quasi-experimental static group comparison (ex post facto design)	2
4	Almost Ideal Demand Function (AIDS)	59,99,109
5	Generalised Least Square (GLS)	71,105
6	Constrained regression	5
7	Bayesian regression	5
8	Two stage least squares estimator	17,56,77
9	Regression with a first-order autocorrelation correction procedure	42
10	Maximum Likelihood Ratio	60,69,85
11	Canonical correction analysis	64
12	Ad hoc procedure	70
13	Single equation using Seemingly unrelated regressions	73,95
14	Ordinary least squares estimation using the Gauss-Seidei method	88,89
15	Vector Autoregressive model (VAR)	106

16	Cointegration model	92,93,94,96,97,100,101,102,107
17	Autoregressive Distributed Lag (ARDL/ADLM)	98,104
18	Conditional demand function model	108
19	GMM estimator	98,108
20	Box and Cox statistical method	106

Sumber: Norlida, et. al. (2007) dan Norlida (2009).

Nota:

-----  
 Gutheris<sup>1</sup>, Gerakis<sup>2</sup>, Gray<sup>3</sup>, Smith & Toms<sup>4</sup>, Straszheim<sup>5</sup>, Blackwell<sup>6</sup>, Artus<sup>7</sup>, Gray<sup>8</sup>, Jud<sup>9</sup>, Rugg<sup>10</sup>, Oliver<sup>11</sup>, Barry & O'Hagan<sup>12</sup>, Bond & Ladman<sup>13</sup>, Kwack<sup>14</sup>, Artus<sup>15</sup>, Bond & Ladman<sup>16</sup>, Mak, Moncur & Yonamine<sup>17</sup>, Rugg<sup>18</sup>, Crompton & Tan<sup>19</sup>, Bechdolt<sup>20</sup>, Jud<sup>21</sup>, Jud & Joseph<sup>22</sup>, Askari<sup>23</sup>, Latour<sup>24</sup>, Noval<sup>25</sup>, Kanellakis<sup>26</sup>, Cline<sup>27</sup>, Edwards<sup>28</sup>, Diamond<sup>29</sup>, Paraskevopoulos<sup>30</sup>, Mutti & Murai<sup>31</sup>, Moncur<sup>32</sup>, Sunday<sup>33</sup>, Smith & Toms<sup>34</sup>, Clarke<sup>35</sup>, Hanlon<sup>36</sup>, Schulmeister<sup>37</sup>, Laber<sup>38</sup>, Edwards<sup>39</sup>, Little<sup>40</sup>, White & Walker<sup>41</sup>, Witt<sup>42</sup>, Witt<sup>43</sup>, Fujii & Mak<sup>44</sup>, Kliman<sup>45</sup>, Hollander<sup>46</sup>, Loeb<sup>47</sup>, Quayson & Turgut<sup>48</sup>, Uysal & Crompton<sup>49</sup>, Cigliano<sup>50</sup>, Little<sup>51</sup>, Leob<sup>52</sup>, Rojwannasin<sup>53</sup>, Stronge & Redman<sup>54</sup>, Truett & Truett<sup>55</sup>, Lin & Sun<sup>56</sup>, Uysal<sup>57</sup>, Anastasopoulos<sup>58</sup>, O'Hagan & Harrison<sup>59</sup>, O'Hagan & Harrison<sup>60</sup>, Papadopoulos & Witt<sup>61</sup>, Edwards<sup>62</sup>, Gunadhi & Boey<sup>63</sup>, Uysal & O'Leary<sup>64</sup>, Summary<sup>65</sup>, Chadee & Mieczkowski<sup>66</sup>, Witt & Martin<sup>67</sup>, Witt & Witt<sup>68</sup>, Bakkalasalihoglu<sup>69</sup>, Edwards<sup>70</sup>, Haitovsky, et. al<sup>71</sup>, Martin & Witt<sup>72</sup>, Rosensweig<sup>73</sup>, A.T.R.I Australia<sup>74</sup>, B.T.C.E Australia<sup>75</sup>, Poole<sup>76</sup>, Smeral<sup>77</sup>, Witt & Witt<sup>78</sup>, Tremblay<sup>79</sup>, Moshirian<sup>80</sup>, Anastasopoulos<sup>81</sup>, I.A.C Australua<sup>82</sup>, Turgut, et. al.<sup>83</sup>, Hiemstra<sup>84</sup>, Witt, et. al.<sup>85</sup>, Crouch, et. al.<sup>86</sup>, Witt et.al.<sup>87</sup>, Smeral et.al.<sup>88</sup>, Smeral & Witt<sup>89</sup>, Morley<sup>90</sup> Icoz, et. al.<sup>91</sup> Seddighi & Shearing<sup>92</sup> Law & Au<sup>93</sup> Kulendran & Witt<sup>94</sup>, Moñoz & Amaral<sup>95</sup> Lim & McAleer<sup>96</sup> Lim & McAleer<sup>97</sup>, Song, et. al.<sup>98</sup>, Divisekera<sup>99</sup> Katafona and Gounder<sup>100</sup>, Dritsakis<sup>101</sup>, Song & Witt<sup>102</sup>, Song, et. al.<sup>103</sup>, Halicioglu<sup>104</sup>, Alege & Pou<sup>105</sup>, Song & Witt<sup>106</sup>, Toh, et. al.<sup>107</sup>, Moñoz<sup>108</sup> Han, et. al.<sup>109</sup>