

PEMILIHAN HIDANGAN TEMPATAN: SUATU KAJIAN DI KALANGAN PELANCONG NEGERI MELAKA

Fatimah Jinal' Amey Rozalina Azeman, Nurul Farhana Mohd Raduan & Zurairah Jais
Fakulti Pengurusan Hospitaliti, Fakulti Inovasi Perniagaan & Perakaunan,
Kolej Universiti Islam

Abstrak

Kajian ini akan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hidangan makanan tempatan di kalangan pelancong antarabangsa yang datang ke negeri Melaka. Bandar Hilir telah dipilih sebagai lokasi kajian. Berdasarkan kajian-kajian lepas, terdapat 2 pembolehubah yang dikenalpasti mampu mempengaruhi pemilihan hidangan makanan, iaitu faktor motivasi (pengetahuan dan pengalaman) dan faktor psikologi (neofilia dan neofobia). Kedua-dua faktor tersebut akan diterangkan dalam bahagian kedua kajian ini. Dari sudut metodologi, kajian ini berbentuk kuantitatif, dan menggunakan borang soal selidik sebagai instrument kajian. Maka, data yang diperoleh adalah dari sumber data primer dan data sekunder. Keseluruhan data yang diperoleh melalui borang soal selidik akan dianalisa melalui perisian *Statistical Package for Science Social* versi 24.0.

This study will examine the factors that influence the selection of food intake among international tourists who come to the state of Melaka. Bandar Hilir was chosen as the location of the study. Based on previous studies, there are 2 variables identified to influence the selection of food, which is the motivational factor (knowledge and experience) and psychological factors (neophilia and neophobia). These two factors will be explained in the second part of the study. From the methodological point of view, this study is quantitative, and uses a questionnaire as a research instrument. Then the data obtained are from primary data sources and secondary data. The entire data obtained through the questionnaires and will be analyzed through Statistical Package for Science Social software version 24.0.

Kata kunci: *Pelancongan Makanan, Motivasi, Psikologi, Makanan Tempatan, Melaka, Neofilia, Neofobia*

PENGENALAN

Pelancongan merupakan salah satu sumber utama bagi kebanyakan negara di dunia, di mana pendapatan yang diperoleh adalah melalui pertukaran matawang asing. Pada tahun 2017, seramai 31.8 juta pelancong dijangka akan memilih Malaysia sebagai destinasi pelancongan dan anggaran sebanyak RM 118 billion akan dibelanjakan oleh para pelancong tersebut seterusnya akan meningkatkan lagi pendapatan Negara melalui sektor pelancongan (Berita Harian online, 2017). Berdasarkan laporan Utusan Borneo (2017), industri pelancongan telah menyumbang kepada pendapatan Negara sebanyak RM92 billion pada tahun 2016 berbanding hanya RM72 billion pada tahun 2015. Manakala laporan daripada Unit Perancang Ekonomi (2016), industri pelancongan telah dikenalpasti sebagai industri yang mampu memacu kepada perkembangan ekonomi negara. Berdasarkan laporan daripada *Euromonitor International* (2010), perbelanjaan makanan merupakan perbelanjaan ketiga terbesar yang dibelanjakan oleh pelancong antarabangsa selepas penginapan dan membeli-belah. Selain itu, turut dilaporkan pelancong asing membelanjakan hampir RM9 juta untuk makanan pada tahun 2006 dan jumlah itu meningkat kepada RM12 juta pada tahun 2008.

Di Malaysia, antara negeri yang sering menjadi tumpuan pelancong antarabangsa mahupun pelancong tempatan adalah negeri Melaka. Ini telah dibuktikan dalam *Wonderful Malaysia* (2015), yang menyatakan bahawa Melaka adalah salah satu destinasi pelancongan paling popular di Malaysia.

Pada tahun 2008, UNESCO menyenaraikan Melaka sebagai Tapak Warisan Dunia. Di samping banyak tempat bersejarah yang indah, Melaka juga terkenal dengan makanannya yang lazat dan pelbagai. Para pelancong mudah untuk mendapatkan makanan tempatan yang enak, sehingga pakar tempatan mendakwa hidangan tempatan terbaik di Malaysia berasal dari Melaka (*Wonderful Malaysia*, 2015).

PERMASALAHAN KAJIAN

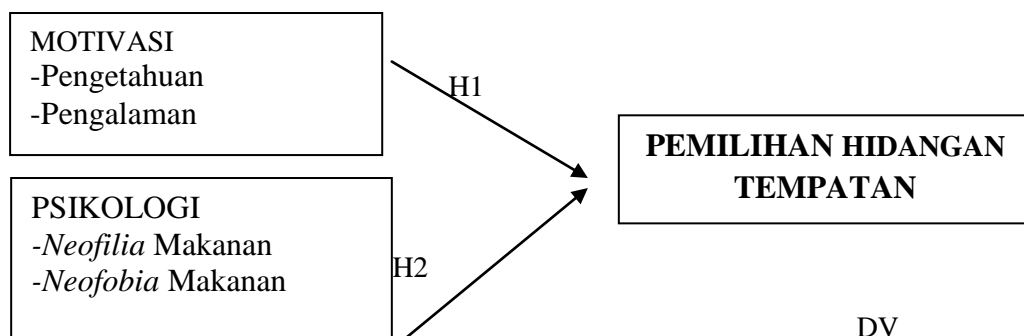
Penerimaan terhadap makanan adalah merupakan aspek yang terpenting bagi seseorang pelancong yang melawat ke sesuatu kawasan. Ini bermakna seseorang pelancong itu berkemungkinan untuk tidak menyukai sesuatu makanan berdasarkan rasa, tekstur mahupun aroma hidangan tersebut. Adakalanya mereka akan beranggapan bahawa makanan tempatan mempunyai rasa yang pelik tambahan pula makanan tersebut menggunakan bahan yang kurang dikenali dan menyebabkan risiko berlakunya keracunan makanan adalah tinggi (Nummedal dan Hill, 2006). Selain itu, masalah kurangnya pengalaman di kalangan pelancong turut menyumbang kepada penerimaan makanan tempatan Melaka. Hal ini terjadi disebabkan oleh faktor geografi negara asal pelancong yang agak jauh dari Melaka yang menyebabkan mereka kurang mengetahui makanan dan minuman yang terdapat di Melaka. Persoalan sikap pelancong dalam mencuba makanan tempatan akan dikaji dalam kajian ini. Menurut (Byrnes & Hayes, 2013) proses memilih makanan untuk dimakan adalah suatu proses yang sukar apabila ia melibatkan jenis makanan yang kurang dikenali. Manakala kajian yang dilakukan oleh Chen (2007) turut menyatakan bahawa sikap dan personaliti mampu mempengaruhi sesuatu keputusan dalam memilih sesuatu makanan.

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini dijalankan untuk memenuhi beberapa objektif. Antara fokus-fokus utama kajian ini adalah untuk :

- i. Mengenalpasti faktor yang mempengaruhi pemilihan hidangan tempatan di kalangan pelancong Negeri Melaka.
- ii. Mengenalpasti hubungan antara faktor motivasi dengan pemilihan hidangan tempatan di kalangan pelancong Negeri Melaka.
- iii. Mengenalpasti hubungan antara faktor psikologi dengan pemilihan hidangan tempatan di kalangan pelancong Negeri Melaka.
- iv. Mengenalpasti faktor terbaik yang mempengaruhi pemilihan hidangan tempatan di kalangan pelancong Negeri Melaka.

KERANGKA KAJIAN



IV

KEPENTINGAN KAJIAN

Pelajar: kajian ini boleh dijadikan sebagai bahan rujukan kepada para pelajar dalam bidang yang berkaitan memandangkan kajian-kajian lepas yang memberi fokus kepada pemilihan makanan tempatan di negeri Melaka masih lagi terhad bilangannya. Kerajaan Negeri Melaka: dapatan dari kajian ini boleh dijadikan sebagai suatu penanda aras bagi membuktikan bahawa negeri Melaka sememangnya kaya dengan kepelbagaian makanan yang mampu diterima oleh pelbagai lapisan masyarakat termasuklah tempatan dan antarabangsa. Pengeluar makanan atau pengusaha restoran: dapatan dari kajian ini akan dapat membantu para pengusaha restoran untuk memahami dengan lebih lanjut faktor yang menyebabkan seseorang pelancong itu menerima atau menolak sesuatu makanan tempatan. Tambahan pula, kajian tentang tingkah laku pengguna berkaitan dengan makanan tempatan dapat memberikan 'persepsi' baru kepada pihak berkepentingan yang ingin mengembangkan perkhidmatan makanan masing-masing.

PELANCONGAN DAN MAKANAN

Xiao & Smith (2008) menyatakan bahawa terma pelancongan kulinari (*Culinary Tourism*) boleh dijelaskan sebagai suatu perjalanan untuk mempelajari, menghargai dan merasai 'jenama' masakan tempatan beserta sumber makanan aslinya. Manakala Green & Dougherty (2008) mentakrifkan pelancongan kulinari sebagai gabungan antara keunikan dan keindahan pengalaman makan dan minum di destinasi sebagai pengalaman melancong. Gabungan kedua-dua takrifan ini menunjukkan bahawa terdapat dua dimensi penting dalam pelancongan kulinari. Pertama pelancongan kulinari merujuk kepada keindahan pengalaman yang diperolehi dari budaya makanan setempat beserta destinasi yang dikunjungi. Dimensi kedua pula menjelaskan bahawa pelancongan kulinari tidak terikat dengan mana-mana aktiviti yang berkaitan dengan makanan yang tertentu (Hsu, 2014).

PEMILIHAN MAKANAN TEMPATAN

Pada hari ini, penyediaan makanan istimewa tempatan telah diiktiraf sebagai bidang yang meningkat naik dengan ketara, kerana ia menyediakan pelancong dengan pengalaman yang berharga, diingati dan secara tidak langsung mereka sanggup membayar dengan nilai yang lebih tinggi (Smith & Costello, 2009). Suatu kajian empirikal telah dijalankan oleh Syakir et al. (2017) mendapati bahawa 22.1% pelancong yang datang ke Melaka akan membelanjakan sebanyak RM16 ke RM147.50 sehari, merangkumi sarapan, makan tengahari dan makan malam. Pembahagian sebanyak 9% untuk sarapan, 34% makan tengahari dan 43% bagi makan malam bagi setiap wang yang diperuntukkan pada satu-satu pengembaraan. Menurut Hrelia (2015), Salah satu faktor yang mendorong berlakunya pelancongan berasaskan makanan adalah kerana pengaruh media. Kewujudan chef-chef selebriti seperti Gordon Ramsey, Jamie Oliver dan juga chef-chef tempatan yang datang dari pelbagai Negara menyebabkan makanan-makanan Negara tertentu telah dipromosikan.

MAKANAN TEMPATAN MELAKA

Melaka, yang terletak di selatan Semenanjung Malaysia, sesuai untuk pembangunan aktiviti pelancongan makanan kerana negeri ini mempunyai pelbagai makanan yang unik dan eksotik. Negeri ini bukan saja terkenal dengan kepelbagaian destinasi pelancongan menarik dan penuh bersejarah, bahkan ia juga dianggap sebagai syurga makanan kerana di sini wujudnya pelbagai kaum seperti Melayu, Cina, India, Peranakan dan beberapa lagi kaum minoriti. Kepelbagaian jenis makanan yang terdapat di negeri ini menunjukkan bahawa para pelancong dapat merasai banyak jenis makanan ketika mereka berada di negeri Melaka. Dalam buku bertajuk, "Pelancongan Makanan di seluruh Dunia", (Mitchell et. Al., 2003) menyatakan bahawa kajian mengenai tingkah laku pengguna dalam bidang pelancongan makanan adalah terhad hasilnya, maklumat yang ada mengenai pelancongan

makanan adalah tidak sempurna, dan banyak penyelidikan diperlukan untuk memahami perilaku pelancong.

MOTIVASI

Makanan, penginapan dan pengangkutan biasanya dilihat sebagai pengalaman yang menyokong semasa pengembaraan; Walau bagaimanapun, pengalaman perjalanan keseluruhan mungkin menjadi 'pahit' apabila berlakunya rasa tidak puas hati dengan makanan yang ada. Sebaliknya, pengalaman 'sampingan' seperti nikmat makan makanan eksotik, dalam keadaan tertentu, mungkin menjadi pengalaman 'manis' (Quan & Wang, 2004). Menurut Nestle et al., (2009), secara teorinya, sikap seseorang pelancong dalam memilih sesuatu makanan adalah sesuatu yang agak kompleks di mana ia boleh dibahagikan kepada banyak bidang disiplin seperti secara biological, psikologikal, fisiologikal sehinggalah ke interaksi antropologi.

Pengetahuan

Kim et al. (2009) juga telah mengenalpasti terdapat sembilan faktor motivasi yang boleh dikaitkan dengan pemilihan makanan tempatan iaitu pengalaman yang menyeronokkan, lari dari rutin, kesedaran terhadap kesihatan, pengetahuan, pembelajaran, pengalaman yang sah, kebersamaan, rangsangan deria dan persekitaran fizikal. Chang et al (2010) menerusi kajian terhadap pemilihan makanan tempatan di kalangan pelancong-pelancong mendapati kebanyakan memilih makanan tempatan berasaskan: penerokaan budaya tempatan, pengalaman perjalanan yang sah, peluang untuk belajar dan mendapatkan maklumat, status dan prestij, pengaruh dari kumpulan yang dirujuk dan persepsi yang subjektif.

Pengalaman

Fenomena yang sering berlaku apabila seseorang pelancong melancong ke sesuatu destinasi, adalah untuk mencari pengalaman dan merasai sendiri keunikan cara hidup di sesuatu tempat. Maka antara pengalaman yang mampu mengubah persepsi pelancong adalah mencuba dan merasai kelainan masakan autentik di tempat yang dilawati (Hsu, 2014). Malahan, pernyataan ini disokong oleh Smith & Castello (2009) bahawa, pengalaman makan di tempat baru (yang dilawati) adalah lebih berharga dan akan menjadi komponen yang akan diingati berbanding perkara-perkara lain.

PSIKOLOGI

Makanan bukan sahaja merupakan komponen dalam sesuatu pengembaraan, tetapi juga boleh menjadi pengalaman, sensual, simbolik dan ritualistik (Mitchell & Hall, 2003). Dalam sesetengah keadaan, makanan dianggap sebagai sebahagian dari pengalaman pengembaraan tersebut kerana ia akan mencipta memori yang sukar dilupakan (Sanchez-Canizares & Lopez-Guzman, 2012). Berdasarkan kajian yang dijalankan oleh Kim (2009), dalam mengkaji pengaruh psikologi dalam memilih makanan di kalangan pelancong telah dibahagikan kepada 2 kategori, iaitu kecenderungan untuk mencuba pelbagai makanan baru dan kurang dikenali (neofilia) dan juga kecenderungan untuk enggan mencuba makanan baru (neofobia). Neofilia dan neofobia kedua-duanya dianggap sebagai satu tingkah laku spontan dalam menerima atau menolak sesuatu hidangan di tempat baharu. Kedua-dua istilah tersebut lebih dikenali sebagai '*Omnivor Paradoks*'.

Neofilia Makanan

Neofilia terhadap makanan ialah mereka yang suka mencuba makanan baru dan boleh dianggap sebagai "pengembaraan" dalam gaya makan mereka. Begitu juga dengan istilah '*foodies*' juga boleh dianggap neofilia makanan, kerana mereka sering menikmati makanan baru (Lara et al, 2015). Kesediaan para pelancong luar untuk menikmati makanan tempatan yang kurang dikenali adalah dianggap sebagai *push factor* dalam dunia pelancongan (Quan & Wang, 2004; Chang, Kivela, Mak,

2011). Pengalaman pelancong terdahulu tentang makanan dapat mempengaruhi kunjungan ke destinasi masa depan. Pelancong berpengalaman mungkin lebih bersedia untuk mencuba alternatif makanan yang berbeza berbanding pertama mengunjungi sesuatu destinasi.

Neofobia Makanan

Neofobia adalah kecenderungan seseorang itu untuk mengelak dari mencuba makanan baharu dan cuba mencipta satu 'alasan' yang kukuh untuk tidak mencubanya (Kim et al., 2010). Manakala Barrena (2012), menjelaskan bahawa neofobia terhadap makanan adalah sebagai keengganan atau kebencian umum untuk mencuba makanan baru atau tidak dikenali. Akibatnya, neofobia terhadap makanan ini bukan sahaja berfungsi sebagai mekanisme yang melindungi manusia daripada potensi kecacatan fizikal, tetapi juga menyekat perkembangann produk dan perisa makanan baru (Altisent, Jaeger, Johnston, & Harker, 2013). Sikap neofobia ini mampu memberi impak terhadap penerimaan dan pemilihan produk makanan (Schnettler, 2013). Kebiasaanya pelancong yang bersifat neofobia terhadap makanan adalah disebabkan oleh tiga motif utama, seperti: tidak suka dengan ciri-ciri deria, bahaya - rasa takut akibat negatif dari memakannya, dan menjijikkan (tindak balas emosi yang kuat) yang timbul daripada idea tentang sifat atau tekstur makanan tersebut (Barrena, 2012).

KAEDAH KAJIAN

Kertas kajian ini adalah berbentuk kuantitatif kerana bertujuan untuk mengukur maklumat dan juga menggunakan beberapa bentuk analisis statistik. semua data dikumpulkan dari sumber utama (data primer), yang melalui pengedaran soal selidik kepada peserta. Kajian ini akan bersifat deskriptif di mana ia berdasarkan objektif penyelidikan yang mengenalpasti faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan hidangan tempatan di kalangan pelancong Melaka dan untuk mengkaji faktor motivasi dan faktor psikologi yang mempengaruhi makanan tempatan di kalangan pelancong di Melaka.

Kajian ini yang bersifat kuantitatif di mana pensampelan mudah (*convenient sampling*) akan dipilih untuk mengumpul data. Sebanyak 400 pelancong yang melawat Melaka dan pernah mengkonsumsi hidangan tempatan di Melaka akan digunakan sebagai responden di dalam kajian ini. Berdasarkan laman web Pelancongan Rasmi Melaka (2016), pada tahun 2015, seramai kira-kira 15.7 juta orang pelancong telah datang ke Melaka.

INSTRUMEN KAJIAN

Suatu borang soal selidik akan disediakan, yang terbahagi enam bahagian. Bahagian A terdiri daripada soalan-soalan bersifat demografi. Manakala bahagian B berkaitan dengan corak pemilihan pelancong antarabangsa ke atas makanan tempatan di Melaka. Bahagian C mengenai faktor motivasi (pengetahuan), bahagian D mengenai faktor motivasi (pengalaman), bahagian E mengenai faktor psikologi (neofobia) dan bahagian F mengenai psikologi (neofilia). Skala Likert 5 titik akan digunakan dalam Bahagian B, C,D, E dan F. Responden akan diminta menilai jawapan dari julat (1 = sangat tidak setuju) hingga (5=sangat setuju). Manakala skala nominal akan digunakan dalam Bahagian A. Keseluruhan borang soal selidik yang digunakan adalah dalam bahasa inggeris kerana responden yang akan mengisi borang ini adalah terdiri daripada pelancong antarabangsa.

Berdasarkan kepada isu yang dikaji dalam kajian ini, iaitu faktor yang mempengaruhi pemilihan hidangan makanan tempatan di kalangan pelancong asing, para penyelidik akan menggunakan perisian SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24.0 bagi menganalisa data yang diperolehi. Antara analisa yang akan dilakukan adalah analisis deskriptif (*descriptive analysis*), pilot test/ kajian rintis (bagi menguji kebolehpercayaan soalan sebagai instrument kajian), ujian kebolehpercayaan (*reliability test*), ujian pekali korelasi Pearson (*Pearson Correlation Coeffiecient*) dan ujian regrasi berganda (*Multiple Regression*).

KESIMPULAN

Pelancongan makanan telah menyumbang pendapatan ketiga terbesar kepada ekonomi negara selepas penginapan dan membeli-belah. Negeri Melaka merupakan salah sebuah lokasi wajib dikunjungi oleh pelancong antarabangsa berikutan pelbagai makanan unik dan lazat boleh didapati. Lazimnya, pelancong antarabangsa cenderung untuk merasai dan mencuba pelbagai hidangan makanan tempatan, namun demikian, isu berkaitan kurangnya pengetahuan dan pengalaman (faktor motivasi) telah menyebabkan kecenderungan untuk tidak menyukai sesuatu makanan berdasarkan rasa, tekstur dan aroma. Bagaimanakah sebenarnya penerimaan dan tingkahlaku terhadap makanan tempatan di Negeri Melaka di kalangan pelancong antarabangsa? Melaka dikatakan sebagai syurga makanan dan setinggi mana tahap pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap pemilihan makanan tempatan? Perilaku mereka turut dikaji terhadap kecenderungan memilih sesuatu makanan samada cenderung untuk mencuba makanan baru dan kurang dikenali atau enggan mencuba sesuatu makanan baru yang tidak dikenali (faktor psikologi).

Rujukan ;

- Altisent, R., Jaeger, S. R., Johnston, J. W., & Harker, F. R. (2013). Injection of flavor essences into fruit Pieces: A new approach for exploring consumer preferences for novel flavors of apple fruit. *Journal of Sensory Studies*, 28(5), 405-413.
- Barrena, R., Sánchez, M. Neophobia, personal consumer values and novel food acceptance. *Food Qual Prefer*, [online]. 2012, No. 27 (Suppl. 1), pp. 72-84.
- Berita Harian Online (2017). Sasaran RM 31.8 juta pelancong ke Malaysia tahun ini. Diambil dari <https://www.bharian.com.my/node/229509> pada ogos, 17, 2017
- Byrnes, N. K., & Hayes, J. E. (2013). Personality factors predict spicy food liking and intake. *Food Quality and Preference* 28(1), 213-221.
- Chang, R. C. Y., Kivela, J., & Mak, A. H. N. (2011). Attributes that Influence the Evaluation of Travel Dining Experience: When East meets West. *Tourism Management*, 32(2), 307-316.
- Chen. (2007). Consumer attitudes and purchase intentions in relation to organic foods in Taiwan: Moderating effects of food-related personality traits. *Food Quality and Preference*, 18(7), 1008-1021.
- Economic Planning Unit (2012). Key Policies –Tourism. Retrieved from Economic Planning Unit : <http://http://www.epu.gov.my/en/key-policies>
- Euromonitor International (2010). Retrieved from [http:// www.euromonitor.com/](http://www.euromonitor.com/)
- Green, G. P., & Dougherty, M. L. (2008). Localizing linkages for food and tourism: Culinary tourism as a community development strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158.
- Hrelia S., (2015). Food, Tourism and Health: a possible Synergy? *Alma Tourism*
- Hsu, C. H. C., & Lam, T. (2004). Theory of planned behavior: Potential travelers from China. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(4), 463-482.
- Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a Model of Local Food Consumption on Trips and Holidays: A Grounded Theory Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 423-431.
- Kim, Y.G., & Eves, A., (2012) Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 33(6), 1458-1467.
- Lara et al (2015). Food Neophiles: Profiling the Adventurous Eater. *Critical trial and investigation*. vol 23(8).
- M. and Hansen, H. (2014), “The relationship between food preferences and food choice: a theoretical discussion”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5 No. 7, pp. 145-157.
- Mitchell, R., & Hall, C. M. (2003). Consuming tourists: food tourism consumer behaviour. In Hall (Ed.), *Food Tourism Around the World: Development, Management, and Markets* (pp. 60-80). Oxford: Taylor & Francis Ltd.
- Monaco, R. D., Cavella, S., Torrieri, E. and Masi, P. 2006. Consumer Acceptability of Vegetable Soups. *Journal of Sensory Study* 22: 81-98.

- Nummedal, M. & Hall, C.M. (2006). Local Food in Tourism: An Investigation Of The New Zealand South Island's Bed And Breakfast Sector's Use and Perception of Local Food. *Tourism Review International*, 9(4), 365-378.
- Quan, S., Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism.
- Sanchez-Canizares, S. M., & Lopez-Guzman, T. (2012). Gastronomy as a tourism resource: Profile of the culinary tourist. *Current Issue in Tourism*, 15(3), 229-245.
- Schnettler, B., Crisóstomo, G., Sepúlveda, J., Mora, M., Lobos, G., Miranda, H., runert, K.G. Food neophobia, nanotechnology and satisfaction with life. *Appetite*. [online]. No. 69, pp. 71–79. ISSN 0195-6663.
- Staico, M et al (2016). Factors Influencing Food Neophobia. A Brief Review. *Journal of Research on Trade, Management and Economic Development* .Volume 3, Issue 2(6)
- Syakir et al (2017). Community-Based Tourism In Melaka Unesco World Heritage Area: A Success In Food And Beverage Sector?.*Planning Malaysia:Journal Of The Malaysian Institute Of Planners*. Vol 15 (1), 89 – 108
- Ting et al (2016). Food neophobia and ethnic food consumption intention: An extension of the theory of planned behavior. *British Food Journal*. Vol. 118
- Utusan Borneo Sarawak (2017). Pendapatan sector pelancongan tahun lepas dianjur naik kepada RM 92 billion. Diambil dari <https://www.pressreader.com/malaysia/utusan-borneo-sarawak/20170207/282621737453710>
- Wonderful Malaysia (2015). Historical Town of Malacca . Retrieved from Wonderful Malaysia website: <http://www.wonderfulmalaysia.com/malacca-city-malaysia.htm>