

The study on guests' characters, customer satisfaction, and intent willingness to return among B&B g

劉育婷、施建彬

E-mail: 324873@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study aims to explore the relationship between the characteristics of B&B travelers, customer satisfaction and revisit willingness of customers. The subjects of this study are those visitors whom had previously stayed in a B&B hostel. Survey areas are mainly authorized B&Bs in Sitou, Nantou County. In all, 350 questionnaires were distributed, 302 were valid questionnaires. Results of this research are as followed: 1. Difference in ' occupation ', ' income ', ' traveling days ', ' information source ' and ' room price ' affects significantly in visitors ' revisit willingness. Those with monthly income between 20001 NT dollars to 40000 NT dollars and 40001 NT dollars to 50000 NT dollars have higher revisit willingness than those whose monthly income is fewer than 20000. Visitors with traveling days of three days are willing to revisit than those who is traveling for two days. As with room price, those whom stayed in room price of 3001 to 4000 NT dollars are more willing to revisit than those whom stayed in rooms which are priced fewer than 2000 NT dollars. 2. Service quality of B&B is significantly related to revisit willingness of visitors. Among all variables, ' empathy ' had the highest correlation. 3. The satisfactions of B & B visitors are significantly related to revisit willingness of visitors. Among all variables, ' environment ' had the highest correlation. 4. Personality traits of B & B visitors are significantly related to revisit willingness of visitors. Among all variables, ' affinity ' had the highest correlation. The results of this study will be discussed and suggestions and recommendations will be given to the B&B industry and future researchers. This way, this study could give a possible future research direction for researchers and a reference for the B&B industry.

Keywords : visitor characteristics、customer satisfaction、revisit willingness

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
. vii 表目錄	ix	圖目錄	ix
. . . xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
. . . 1 第二節 研究問題	4	第一節 名詞解釋	5
第二章 文獻探討	8	第一節 民宿再宿意願	8
第二節 旅客特性	16	第三節 服務品質	16
. 21 第四節 顧客滿意度	25	第五節 人格特質	33
第三章 研究方法	39	第一節 研究架構	39
第二節 抽樣方法	41	第三節 研究假設	41
第四節 研究工具	42	第五節 資料處理及統計方法	47
第四章 研究結果	50	第一節 量表信度分析與描述	50
. . . 50 第二節 民宿旅客背景資料	55	第三節 民宿服務品質、顧客滿意度、人格特質之分析	63
. . . 63 第四節 民宿旅客特性與再宿意願之差異分析	69	第五節 服務品質、顧客滿意度、人格特質與再宿意願之相關分析	79
. . . 81 第六節 服務品質、顧客滿意度、人格特質與再宿意願之迴歸分析	81	第五章 結論與建議	81
. . . 83 第一節 研究結果摘要	83	第二節 綜合討論	83
. . . 87 第三節 研究建議	94	參考文獻	94
. . . 100 附錄 研究問卷	112		

REFERENCES

一、中文部分 中華民國民宿協會全國聯合會（2010），民99年2月5日，取自：<http://www.nbnb.org.tw/> 交通部觀光局（2009），民98年11月29日，取自：<http://admin.taiwan.net.tw>。朱嘉瑩（2009），人格特質與生活型態對國人出國自助旅行意願之影響，亞洲大學休閒與遊憩管理學系，未出版碩士論文。何郁如、湯秋玲(1989)，墾丁國家公園住宿服務現況之研究，戶外遊憩研究，2（1），51-62。宋

秉明(1983), 遊客容納量理論的研究, 碩士論文, 台灣大學森林研究所, 台北。李素貞(2009), 民宿吸引力、遊客滿意度與忠誠度關係之研究—以南投縣為例, 亞洲大學休閒與遊憩管理學系未出版碩士論文。李君如、陳俞伶(2009), 觀光吸引力、服務品質、知覺價值、顧客滿意度及忠誠度關係之研究—以白蘭氏觀光工廠為例, 顧客滿意學刊, 5(1), 93-120。李炳昭、陳一之(2009), 登山步道遊憩吸引力、服務品質、遊客滿意度與忠誠度影響模式建構之研究, 休閒產業管理學刊, 2(2), 48-65。林宜甲(1998), 國內民宿經營上所面臨問題與個案分析—以花蓮縣瑞穗鄉舞鶴地區為例, 國立東華大學自然資源管理研究所未出版碩士論文。林欽榮(2002), 組織行為, 台北:揚智文化。林士彥(2005), 休閒旅遊服務之產品層次探討—以渡假民宿為例, 顧客滿意學刊, 1(1), 145-168。林國良(2005), 遊客對金、九地區民宿滿意度之研究, 第二屆台灣地方鄉鎮觀光產業的發展與前瞻學術研討會。林靜芳(2004), 清境地區民宿旅客再宿意願之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系未出版碩士論文。林志築(2008), 民宿選擇動機對顧客價值及忠誠度影響之研究, 逢甲大學經營管理碩士在職專班未出版碩士論文。美國民宿協會ABBA(1989), 民98年11月29日, 取自: <http://www.abba.com/> 段存吉(2004), 武陵富野渡假村服務品質與滿意度對再宿意願之影響研究, 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版碩士論文。徐同劍(1996), 遊樂園區服務品質與遊客再遊意願關連之研究, 大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文。孫樹根、劉建麟、莊淑姿(2008), 民宿滿意度與重遊意願關聯性分析—以白河民宿遊客為例, 農業推廣學報, 24, 1-16。張春興(1989), 張氏心理學辭典, 東華書局, 台北。張博文(2007), 飯店服務品質、顧客滿意度、信任及再宿意願關係之探討—以飯店之特約廠商為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。郭永傑(1991), 山地民宿村莊之計劃理念與營運計畫, 行政院農委會休閒農業經營手冊, 106-111。許義忠(2002), 遊客對參加冒險旅遊之動機與滿意度之研究—以秀姑巒溪泛舟為例, 觀光研究學報, 8(2), 5-30。陳宗雄、沈進成(2004), 農業旅遊遊客之遊憩動機、體驗、滿意度與重遊意願之研究—以台南走馬瀨農場為例, 台灣鄉村研究, 3, 108。陳墀吉、楊永盛(2005), 休閒農業民宿, 台北市:威仕曼文化。陳建成、陳建佑(2008), 台灣國際觀光旅館服務品質、信任與顧客忠誠度關係之實證研究, 運動與遊憩研究, 3(2), 163-181。莊修田、葉佳琪(2008), 遊客對民宿印象與再宿意願關係研究—以「A田庄」為例, 設計學研究, 11(2)。梁家?、蔡智勇(2008), 澎湖石滬生態旅遊動機、遊憩體驗與服務品質對遊客滿意度與重遊意願之分析, 運動與遊憩研究, 2(3), 94-109。梁家祐、鄭錫欽、李謀監(2009), 澎湖民宿遊客投宿動機與滿意度之研究, 運動與遊憩研究, 3(4), 117-136。黃暉雅(2009), 遊客之人格特質、遊憩涉入與地方依戀間相關研究:以苗栗南庄為例, 大葉大學休閒事業管理學系未出版碩士論文。發展觀光條例(2003), 民98年11月29日, 取自: http://admin.taiwan.net.tw/law/law_show.asp?selno=21。湯明木(2003), 台灣民宿業導入與成長, 東吳大學碩士企業管理學系未出版碩士論文。葉貞惠(1998), 服務品質與消費者購後行為相關性之研究—以台中國際觀光旅館為例, 大葉大學事業經營管理研究所未出版碩士論文。葛正琳(2009), 臺灣國際觀光旅館品牌形象、知覺品質與知覺價值對旅客再宿意願之影響, 育達商業技術學院企業管理研究所未出版碩士論文。雷文谷、姚明慧、宋威穎、陳睿婕(2009), 貓空纜車遊客服務品質感受、知覺價值與遊後行為意象之研究, 休閒暨觀光產業研究, 4(2), 60-70。廖榮聰(2003), 民宿旅客投宿體驗之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系未出版碩士論文。蔡佳燕(2007), 影響民宿遊客行為意向因素之探討, 南台科技大學休閒事業管理系未出版碩士論文。鄭詩華(1992), 農村民宿之經營及管理, 戶外遊憩研究, 5(3、4), 13-24。鄭健雄(2002), 民宿經營之道, 農業經營管理會訊, 27, 6-9。鄭健雄、吳乾正(2004), 渡假民宿管理, 台北:全華科技圖書公司。鄭惠玲(2008), 苗栗節慶遊客之個人特質與其遊憩體驗、重遊意願間關係之探討, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。潘正華(1994), 台灣農村地區發展休閒農業於農牧用地上興建民宿之法令可行性研究, 台灣大學農業工程學系未出版碩士論文。劉天祥譯(1994), 顧客第一, 台北市:聯經出版公司。劉秀端(2007), 休閒民宿消費者住宿動機、住宿體驗、休閒利益與忠誠度關聯性之研究—以南投地區民宿為例, 南華大學管理科學研究所未出版碩士論文。蔡樹芬(2006), 青少年人格特質、休閒態度與休閒活動偏好之相關性研究, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。謝淑芬(2006), 人格五因素模式與休閒態度、休閒參與的關聯性研究—以技術學院學生之戶外休閒參與為例, 景文學報, 16(2), 147-166。薛景慈、康桓甄、何若絮(2008), 澎湖民宿消費者住宿決策因素之研究, 運動休閒餐旅研究, 3(3), 168-185。嚴如鈺(2002), 民宿使用者消費型態之研究, 輔仁大學生活應用科學研究所未出版碩士論文。

二、英文部分 Allport, G.W. & Odbert, H.S. (1936). Trait-names: A psycholexical study. *Psychological Monographs*, 47(1), 1-211. Allport, G.W. (1961). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart, & Winston. Alastair, M. M., Philip, L. P., Gianna, M., Nandini, N., & Joseph, T.O. (1996). Special accommodation: Definition, markets served, and roles in tourism Development. *Journal of Travel Research*, 35(1), 18-26. Andrew, J.D., Clayton, F.W., & Charles, P.D. (2002). The relationship between counselor satisfaction and extrinsic job factors in state rehabilitation agencies. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 45(4), 223-232. Baker, D.A. & Crompton, J.L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions, *Annals of Tourism Research*, 27(3):785-804. Barnett, L. A. (2006). Accounting for leisure preference from within: The relative contribution of gender, race, or ethnicity, personality, affective style, and motivational orientation. *Journal of Leisure Research*, 38(4), 445-474. Cattell, R. B. (1943). The description of personality: Basic trait into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476-506. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *American Management Association*, 20(3), 115-127. Cardoz, N.R. (1965). An Experimental Study of Customer Effort, Expectation, and Satisfaction. *Journal of Marketing Research* 2(5):244-249. Choi, T. Y. & Chu, R. (2001). Determinants of hotel guest's satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry, *International Journal of Hospitality Management*, 20, 277-297. Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic Personality and Individual Differences, 13(6). 653-665. Galton, F. (1884). Measurement of character. *Fortnightly Review*, 36, 179-185. Guilford, J. P. (1959). *Personality*. New York: McGraw-Hill. Hayes, N., & Joseph, S. (2003). Big 5 correlates of three measures of subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 34(4), 723-727. Howard, D. (1976). Multivariate relationships between leisure activities and personality. *Research Quarterly*, 47, 226-237. Hampel, Donald J. (1977). "Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Dissatisfaction." *Marketing Science Institute*, Cambridge, MA. Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, Implementing*,

control (8th ed.). NJ: Prentice-Hall. Kotler P.(2003). Marketing management:Analysis,Planning, Implementation and Control(9th ed), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall . Kozak,M. (2001). Repeaters ' Behavior at Two Distinct Destinations. *Annals of Tourism Research*,28(3), 784-807.

Lubetkin, M. (1999). Bed and Breakfasts: Advertising and promotion. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 40(4), 84-90. Mitra, A. (1993). *Fundamentals of Quality Control and Improvement*, NY: Macmillan. Mittal, V. & Kamkura, W.A. (2001). Satisfaction, Repurchase Intent,and Repurchase Behavior: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics, *Journal of Marketing Research*, 38 (1),131-142.

Norman, W. T. (1963). Toward an Adequate taxonomy of personality attributes:Replicated factor structure. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 574-583. Olsavsky, R. W. (1985), Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise, *Sloan Management Review*,26 (3), 85. Oliver,R.L.(1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing*,57(3): 25-49.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L.(1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L.(1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Parasuraman, A., Zeithaml,V.A., & Berry, L. L. (1991).Refinement and reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450. Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58. Robbins, S. P. (2001). *Organizational behavior* (9th ed.). N J: Prentice-Hall. Scott,W.G., & Mitchell,T.R. (1972). *Organization theory A structural and behavioral analysis*. Homewood, IL: Richard Irwin Publisher. Stutt, A. T., & Wortman, J. F. (2005). *Hotel and lodging management: An introduction*. New York: John Wiley & Sons, Inc. Zane,B. (1997). The B & B guest A comprehensive view. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*,38,469-75. Zeithaml, V. A., & Binter, M. J. (2000). *Service marketing* New York, NY: McGraw-Hill.