

A study of the relationship among visitor's leisure involvement, leisure experience and satisfaction in a theme park :

朱慶龍、王學銘

E-mail: 350802@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This purpose of this study is to explore the relationship among visitor ' s leisure involvement, leisure experience and satisfaction on the Formosan Aboriginal Culture Village. A total number 410 questionnaires were issued, from which 372 valid responses were collected. This study was based on "leisure involvement scale", "leisure experience scale" and " satisfaction scale" as a research tool. The data were analyzed by using descriptive statistics, ANOVA, t-test, the Pearson Coefficient and regression analysis. The results of indicated, in general, the following: 1. There was a significant positive correlation between the leisure involvement and leisure experience for visitor in the Formosan Aboriginal Culture Village. 2. There was a significant positive correlation between the leisure experience and satisfaction for visitor in the Formosan Aboriginal Culture Village. 3. There was a significant positive correlation between the leisure involvement and satisfaction for visitor in the Formosan Aboriginal Culture Village. 4. Regression results show that leisure experience mediate the relationship between leisure involvement and satisfaction.

Keywords : Leisure involvement、 Leisure experience、 Satisfaction

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	
. iv 誌謝		v 內容目錄	
. vi 表目錄		viii 圖目錄	
. xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	
. 1 第二節 研究目的	3	第三節 研究流程	
. 4 第二章 文獻回顧	5	第一節 主題樂園	
. 5 第二節 休閒涉入相關理論	10	第三節 休閒體驗相關理論	
. 18 第四節 滿意度相關理論	23	第五節 休閒涉入、休閒體驗與滿意度之相關研究	27
. 31 第三章 研究設計	31	第一節 研究架構與研究假設	
. 31 第二節 研究變項之操作性定義	32	第三節 問卷設計	
. 34 第四節 實施預試與正式調查	37	第五節 資料處理與分析	
. 45 第四章 研究結果與分析	48	第一節 遊客基本資料分析	
. 48 第二節 敘述性統計	53	第三節 人口統計變項在各構面之差異檢定	56
. 56 第四節 休閒涉入、休閒體驗與滿意度之相關分析	78	第五節 休閒涉入、休閒體驗與滿意度之迴歸分析	79
. 79 第五章 結論與建議	82	第一節 研究結論	
. 82 第二節 研究討論	85	第三節 研究限制與後續研究建議	
87 參考文獻	88	預試問卷	
103 正式問卷	107		

REFERENCES

參考文獻 一、中文部分 王震宇(1996), 休閒體驗之自由感對休閒活動活動參與情況之影響, 台灣大學森林學研究所碩士論文。王育英、梁曉鶯編譯(2000), Bernd H. Schmitt 著, 體驗行銷, 經典傳訊文化股份有限公司, 台北市。王愛惠(2004), 休閒農場生態活動與遊憩體驗關係之研究, 銘傳大學觀光研究所碩士論文。方信淵(1998), 公立大學游泳池對外開放顧客滿意度之比較研究—以臺灣師大、清華大學為例, 臺灣師範大學體育研究所碩士論文。方怡堯(2002), 溫泉遊客遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究—以北投溫泉為例, 台灣師範大學運動與休閒管理研究所之碩士論文。尤之群(2003), 以體驗經濟模型衡量網路媒體視聽者之體驗—以網路博物館與線上網路遊戲為例, 華梵大學資訊管理學系碩士班碩士論文。江光榮(2001), 人性的迷失與復歸—羅傑斯的人本心理學, 貓頭鷹出版社, 台北市。江素貞(2004), 體驗價值對顧客滿意及行為意向關係之研究, 義守大學管理科學研究所碩士論文。交通部觀光局網站(2011), 2011年5月20日取自 <http://admin.taiwan.net.tw/indexc.asp>。朱家慧(2006), 涉入、體驗、依戀之影響關係研究—以鶯歌地區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。沈淑貞(1999), 桃竹苗地區運動健身俱樂部服務品質與會員滿意度之研究, 臺灣師範大學體育研究所碩士論文。邱博

賢(2003), 觀光意象、滿意度與行為意向間關聯之研究以宜蘭地區四大休閒農場為例, 世新大學觀光學研究所碩士論文。邱媥(2003), 體驗行銷模式與其遊客行為之實證研究, 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。邱奕豪(2005), 消費者體驗對體驗價值、顧客滿意度、行為意向影響之研究—以中友百貨為例, 朝陽科技大企業管理研究所碩士論文。李孟陵(2003), 消費者滿意度、涉入程度對其忠誠度影響之研究—以台北市咖啡連鎖店為例, 交通大學管理科學系碩士班碩士論文。李淑任(2005), 咖啡館之休閒體驗與顧客參與之探討, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。李榮華(2006), 網咖消費顧客滿意度、涉入程度與、忠誠度關係之研究—以國軍官兵為例, 大葉大學國際企業管理研究所碩士論文。何憲章(1988), 風險區之財務管理, 戶外遊憩研究, 1(3), 秋季號, 15-23。林靈宏(1993), 消費品類型、創新類型與新產品行銷策略關係研究, 政治大學企業管理研究所博士論文。林衢良(2004), 大學生撞球參與者撞球場管滿意度、涉入程度與忠誠之關係研究, 台北體育學院體育研究所碩士論文。林映秀(2005), 涉入、體驗、依戀影響關係之研究—以南投水里蛇窯陶藝文化園區為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。林宛諭(2005), 大學生合球課學生滿意度之研究, 台北師範學院體育研究所碩士論文。林欣玟(2005), 遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究, 朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。林國順(2005), 陸軍軍官學校學生身體自我概念、休閒活動類型及休閒滿意度之探討, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。吳宗瓊(2002), 旅遊涉入程度之研究—以海外旅遊產品選購為例, 觀光研究學報, 7(2), 125-139。吳政謀(2005), 運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究—以奔放主題運動館為例, 台北體育學院運動科學研究所碩士論文。吳明隆(2005), SPSS統計應用學習實務-問卷分析與應用統計。台北: 知城。胡家欣(2000), 大學生的休閒認知、涉入與體驗—兼論人格特質的影響, 高雄醫學大學行為科學研究所碩士論文。韋家慶(2004), 消費者對休閒活動代理商的涉入與忠誠探討—以台灣職棒活動參與為例, 高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文。姚代平(2005), 以休閒為動機之業餘戲劇參與者之態度、涉入與休閒效益之探討—以台北地區的大學戲劇社員為例, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。郭肇元(2003), 休閒心流經驗、休閒體驗與身心健康之關係探討, 政治大學心理學研究所碩士論文。郭淑菁(2003), 登山社員休閒涉入、休閒滿意度與幸福感之研究, 大葉大學休閒事業管理學系碩士班碩士論文。夏業良、魯煒編譯(2003), Pine II and Gilmore 著, 「體驗經濟時代」, 台經濟新潮社發行:城邦文化出版, 2003, 台北市。陳簾(2004), 體驗品質對情緒、價值、體驗滿意度、承諾及行為意圖影響之研究—以台灣現代戲劇演出為例, 輔仁大學管理學研究所碩士論文。陳彥豪(2004), 職棒球迷涉入程度、球隊認同、參與滿意度、與球迷忠誠度之關聯探討, 嘉義大學休閒事業管理研究所碩士班碩士論文。陳勁甫、陳威亞(2005), 大學生遊學產品意象、知覺價值、滿意度及購後行為意圖關係之研究, 戶外遊憩研究, 18(1), 23-46。陳美惠(2006), 滿意度、信任、關係價值與承諾之關聯性研究—以旅行社通路成員為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。傅建三(2004), 私立美術館觀眾參觀動機、藝文生活型態與休閒滿意度之研究—朱銘與馮禧美術館之比較分析, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。黃俊英、賴文彬(1990), 涉入的理論發展與實務應用, 管理科學學報, 7(1), 15-29。黃俊英(2000), 多變量分析, 華泰書局, 台北市。黃映瑀(2005), 體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究, 大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。黃佳慧(2005), 體驗品質、滿意度及行為意向關係之研究—以華陶窯為例, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。張宛綺(2005), 七股溼地遊憩體驗與環境認知之研究—以國小學童為例, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。曾瑞媛(2001), 品牌來源國及品牌權益影響消費者購買產品及服務意願之研究, 真理大學管理科學研究所碩士論文。梁雯玟(2001), 顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究—以國際觀光旅館為例, 成功大學企業管理研究所碩士論文。楊錦洲(2001), 服務業品質管理, 三民書局, 台北市。楊素蘭(2004), 環境體驗、體驗價值、顧客滿意與行為意向之研究, 台北科技大學商業自動化與管理研究所碩士論文。鄭順璵(2001), 台北市YMCA 游泳訓練班消費者行為之研究, 體育學院論叢, 12(1), 175-188。廖俊儒(2003), 職棒現場觀眾消費體驗要素對體驗滿意度與忠誠意願影響之研究, 臺灣師範大學體育研究所碩士論文。廖明豐(2003), 東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。劉喜臨(1991), 旅遊態度在旅遊活動決定過程中所扮演的角色, 台灣大學森林學研究所碩士論文。劉慶宗(2001), 博物館觀眾參觀經驗之研究—以國立海洋生物博物館為例, 中山大學公共事務管理研究所碩士論文。劉裕春(2003), 體驗行銷與關係結合方式對網路忠誠度之影響, 義守大學管理科學研究所碩士論文。劉盈足(2005), 公務員週末之休閒涉入與其休閒滿意度關係之探討—以彰化地區鄉鎮市公所為例, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。謝金燕(2003), 宗教觀光吸引力、滿意度與忠誠度關係之研究—以高雄佛光山為例, 南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。賴政斌(2002), 大陸東莞地區台商休閒體驗之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。鍾振華(2003), 台北PUB 消費動機與體驗之研究, 文化大學觀光事業管理研究所碩士論文。蕭睿崢(2005), 高爾夫球場服務品質與顧客滿意度之研究—以林口球場為例, 輔仁大學體育研究所碩士論文。藍世明(2004), 從體驗行銷觀點探討連鎖雜誌咖啡館之消費情境因素研究—以台中市為例, 朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。蘇武龍(2000), 住院服務品質與病患滿意度之探討—成大、奇美醫院為例, 成功大學工業管理研究所碩士論文。吳虹萱(2007), 親子旅遊中親子關係對休閒體驗之影響, 中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。林家楨(2007), 中部地區自行車活動參與者之深度休閒、休閒體驗對休閒承諾的影響, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。林清白(2008), 國小學童休閒體驗、休閒態度與休閒參與關係之研究, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。葉柏吟(2009), 賞蝶活動吸引力、休閒體驗與行為意圖關係之研究, 雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。傅秀英(2009), 登山步道參與者休閒動機與休閒體驗及休閒滿意度之研究—以台中市大坑登山步道為例, 亞洲大學休閒與遊憩管理研究所碩士論文。黃昭龍(2009), 風帆體驗參與教師之休閒體驗對水域運動教學認知與推行意願之研究—以台北縣八里風帆碼頭為例, 國立體育大學休閒產業經營研究所碩士論文。李杰儒(2009), PUB顧客商店印象、休閒體驗與顧客忠誠度關係之研究, 中國文化大學觀光休閒事業管理研究所碩士論文。張晉嘉(2009), 高雄愛河環境設施與休閒體驗之研究, 國立高雄海洋科技大學海洋環境工程研究所碩士論文。吳昭儀(2010), 鄉村休閒行銷認知與休閒體驗之研究, 逢甲大學土地研究所碩士論文。林麗娟(2006), 國小學童內在動機、休閒涉入與休閒體驗相關之研究, 大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。林曉閔(2009), 嘉義縣漁人碼頭休閒阻礙、休閒體驗、滿意度與重遊意願之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。賴怡菁(2009), 手工藝創作者之認真休閒特質、休閒體驗與其生活滿意度之相關研究—以台中市為例, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。樂國昌(2008), 休閒動

機、涉入、休閒體驗與遊客滿意度之研究 - 以初鹿休閒農業區為例，屏東科技大學農企業管理研究所碩士論文。林建佑 (2008)，國小教師休閒運動參與動機與休閒體驗對滿意度影響之研究 - 以雲林縣為例，國立台灣體育大學運動管理研究所碩士論文。莊秀婉(2005)，臺灣北海岸衝浪參與者休閒體驗與滿意度之調查研究，國立臺灣師範大學體育研究所碩士論文。邱煌達 (2004)，休閒體驗、觀光地意象、滿意度與行為意圖之關聯性研究-以「劍湖山世界主題遊樂園」為例，國立嘉義大學行銷與流通管理研究所碩士論文。鄧于思 (2009)，休閒涉入、體驗品質與參觀滿意度影響關係之研究-以臺北縣立鶯歌陶瓷博物館為例，淡江大學國際貿易研究所碩士論文。蘇雅芬 (2007)，遊客休閒涉入、遊憩體驗及滿意度之相關研究-以台灣原住民族文化園區為例，屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所碩士論文。陳益晟 (2007)，桃園市高齡者運動休閒涉入與生活滿意度之研究，國立臺灣體育大學體育推廣研究所碩士論文。洪群翔 (2006)，地方依戀、休閒涉入、滿意度與遊後行為關係之研究—以衝浪為例，雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。蘇琦雯 (2006)，攀岩者休閒涉入、滿意度與忠誠度關係之研究，國立臺中教育大學環境教育研究所碩士論文。劉盈足 (2004)，公務員週末之休閒涉入與其休閒滿意度關係之探討 - 以彰化地區鄉鎮市公所為例，大葉大學休閒事業管理研究所碩士論文。胡琇雲 (2008)。十七公里海岸線之遊客生活型態對休閒涉入、休閒體驗與滿意度影響關係之研究，中華大學經營管理研究所碩士論文。李文貴 (2006)。遊客休閒涉入、休閒體驗與滿意度關係之研究—以屏東國立海洋生物博物館為例，屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所碩士論文。張國振 (2008)。自行車參與者休閒涉入與休閒效益之研究，國立臺灣師範大學體育學系研究所碩士論文。陳志堅 (2009)。休閒涉入、工作投入與工作壓力關係之研究 - 以台中縣國民小學教師為例，大葉大學人力資源暨公共關係學系研究所碩士論文。鄭天福 (2009)。土城市登山步道參與者休閒涉入與休閒效益關係之研究，國立臺北教育大學體育學系研究所碩士論文。楊琇慧 (2009)。登山健行者的休閒涉入與休閒效益對幸福感之影響 - 以宜蘭縣冬山鄉仁山植物園區步道為例，國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所碩士論文。葉珮如 (2009)。自行車道使用者休閒涉入與地方依附之相關研究-以臺北縣八里左岸自行車道為例，國立臺灣師範大學體育學系研究所碩士論文。涂繼元 (2010)。登山自行車騎乘者休閒參與動機、休閒涉入和心流體驗關係之研究，中國文化大學觀光事業學系研究所碩士論文。林一貞 (2011)。自行車活動參與者休閒涉入與休閒效益之研究 - 以屏東縣自行車道為例。國立屏東教育大學 / 生態休閒教育教學研究所碩士論文。黃美燕 (2010)。攝影愛好者之認真休閒特質、休閒涉入與其尋求休閒利益關係之探討 以中部三縣市攝影學會會員為例。大葉大學休閒事業管理學系研究所碩士論文。

二、英文部分 Andrews, J. C. (1988). Motivation, Ability and Opportunity to Process Information: Conceptual and Experimental Manipulation Issues, *Advance in Consumer Research*, XV, Provo, UT: Association for Consumer Research, 219-225. Bagozzi, R.P. & Yi. Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Academy of Marketing Science*, 16 (4), 74-94. Bolton, R.N. & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17, 375-384. Bultena, G. L. & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in Camping: A Conceptualization and Guide to Social Recreath. *Journal of Leisure Research*, 1, 348-364. Cadotte, E. R., Robert, B. W. & Roger, L. J. (1987). Expectations and norms in models of consumer satisfaction. *Journal Marketing Research*, 24, 305-314. Celsi, R. L. & Jerry, C.O. (1988). The Role of Involvement in Attention and Comprehension Processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210- 214. Churchill, G. A. Jr. & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19, 491-504. Cina, C. (1989). Creating an effective customer satisfaction program. *The Journal of Business and Industrial Marketing*, 20, 33-42. Clawson, M. (1966). *Economic of Outdoor Recreation*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press. Clawson, M. & Knetsch, J. L. (1969). Alternatives method of estimating future use. *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), 36. Ellis, G.W. & Witt, P.A. (1989). *The leisure diagnostic battery user manual*. State College, PA: Venture Publishing, Inc. Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Chicago: Dryden Press, 618. Fornell, C. (1992). A National customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-21. Francken, D. A. & Van Raaij, W. F. (1981). Satisfaction with leisure time activities. *Journal of Leisure Research*, 13, 337-352. Getzels, J. W. Lipham, J. M. & Campbell, R. P. (1968). *Educational administration as a social process*. New York: Harper & Row. Giese, J. L. & Cote, J. A. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Journal of Academy of Marketing Science Review*, 20, 33. Gunter, B. & Gunter, N. (1980). Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure. *Sociological Quarterly*, 2, 361-374. Hahha, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior* (1st ed.). New York: Prentice-Hall. Hair, J. F. Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *The Theory of Buyer Behavior*, New York: John Wiley and Sons. Havitz, M. E. & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12, 179-195. Hempel, D. J. (1977). Consumer satisfaction with the home buying process: Conceptualization and measurement, in Kieth, H. K. (ed.). *The conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction*, Cambridge. Mass: Marketing Science Institute. Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, Gainesville, 9(2). 132-140. Holbrook, M. B. (2000). The Millennial Consumer in the Texts of Our Times: Experience and Entertainment. *Journal Of Macromarketing*, 20(2), 178-192. Houston, M. J. & Miller, L. R. (1978). Conceptual and Methodological Perspectives in Involvement. In S.Jain(Ed), *Research Frontiers in Marketing: Dialogues and Directions*. Chicago, IL: American Marketing Association. Hunt, H. (1997). Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction, 77-103. Cambridge, MA : Marketing Science Institute. Hupfer, N. & Gardner, D. M (1971). Differential Involvement with Products and Issues: An Exploratory Study, in *Proceedings: Association for Consumer*, Chicago. Iso-Ahola, S. (1985). *The social psychology of leisure*. Dubuque IA: Willian C. Brown. Joy, A. & Sherry, J. F. (2003), Speaking of art as embodied imagination: A multisensory approach to understanding aesthetic experience. *Journal of Consumer Research*, Gainesville, 30(2), 259. Kelly, J. R (1987). *Freedom to Be-A New Sociology of Leisure*, Macmillan, New York. Kelly, J. R. (1989). Later-life leisure: Beginning a new agenda. *Leisure Sciences*, 11(1), 47-59. Kim, S. S., Scott, D. & Crompton, J. L. (1997). An exploration of the relationships among social psychological involvement, behavioral involvement, commitment, and future intentions in the context of birdwatching. *Journal of Leisure*

Research, 29, 320-341. Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed.). New Jersey : Practice-Hall

Laurent, G. & Kapferer, J. N. (1985). Measuring Consumer Involvement Profiles. *Journal of Marketing Research*, 23, 41-53.

Mannell, R. (1980). Social psychological techniques and strategies for studying leisure experiences. In S. E. Iso-Ahola (Ed.), *Social psychological perspective on leisure and recreation*, 62-88. Springfield, IL: Charles C Thomas.

McIntyre, N. (1989). The Personal Meaning Participation: Enduring Involvement. *Journal of Leisure Research*, 21(2), 167-179.

Menon, S. & Kahn, B. E. (1995). The impact of context on variety seeking in product choices. *Journal of Consumer Research*, 22(4), 17-28.

Mitchell, J. & Rew A. (1981). " Dimension of Advertising Involvement " , In:K.B. Monroe(Ed.), *Advances in Consumer Research*, 8, Ann Arbor, MI: University Microfilms International.

Nyer, P. (1999). Cathartic complaining as a means of reducing consumer dissatisfaction. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 12, 15-25.

Oliver, R. L. & Linda, G. (1981). Effects of satisfaction and its antecedents on consumer preference and intention. In Monroe, K. B. & Arbor, A. (Eds), *Advances in consumer research*, 88-93. New York, MI: Association for Consumer Research.

Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, NY: McGraw-Hill.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *Journal of Retailing*, 70, 201-230.

Park, C. W. & Mittal, B. (1985). A Theory of Involvement in Consumer Behavior. In Sheth, J. N.(Ed), *Problems and Issues*, 220-223. Greenwich, Connection: Jai Press, Inc.

Price, J. L. (1972). *Handbook of organizational measurement*. Lexington, D. C. Health.

Rothschild, L. M. (1984). Perspectives on Involvement:Current Problems and Future Directions. *Advances in Consumer Research*, 11, 21-30.

Schmitt, B. H. (1999). Experiential Marketing : A New Framework for Design and Communications. *Designs Management Journal*, 10,10-16.

Selin, S. W. & Howard, D. R. (1988). Ego involvement and leisure behavior: A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*, 20, 237-244.

Selnes, B. & Fred, H. (1993). An examination of effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty, *European Journal of Marketing*, 27, 19-35.

Sherif, M. & Cantril, H (1947). *The Psychology of Ego-Involvement*, New York: John wiley and Son.

Solomon, M. R. (1991). *Consumer behavior: buying, having, and being*, Boston: Allyn and Bacon.

Stone, R. N. (1984). The marketing characteristics of involvement. *Advances in Consumer Research*, 11, 210-215.

Swan, J.E. & Comb, L. J. (1976). Produce Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept. *Journal of Marketing*,11, 3-8.

Sweeney, J. C. & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77, 220-230.

Swinyard, W. R. (1993). The Effects of Mood, Involvement, and Quality of Store Experience on Shopping Intentions. *Journal of Consumer Research*, 20, 271-280.

Tse, D. K. & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25, 204-212.

Unger, L.S. & Kernan, J.B(1983). On the Meaning of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. *Journal of Consumer Research*, Gainesville, 9(4), 381-392.

Upchurch, R. & Tervane, S. U. (2000). Resident perceptions of tourism Development in Riga, Latvia. *Tourism Management*, 21(5) 499-507.

Wong, A. (2000). Integrating Supplier Satisfaction with Customer Satisfaction. *Total Quality Management*, 11(4-6), 826-829.

Woodruff, R. B. (1983). Modeling consumer satisfaction processes using experience based norms. *Journal of Marketing Research*, 20, 296-304.

Woodside, A. G. L. & Daly, R. T. (1989).Linking service quality, ustomer satisfaction, and behavioral intention. *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17.

Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the Involvement Construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.