

The Study of Satisfaction of Hot Spring Experiences and Revisit Intention: A Case of Dongpu Area

賴貞羽、陳信泰

E-mail: 374894@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to explore the relationships between the backgrounds and the characteristics of Dongpu Hot Spring visitors, satisfaction of recreation experiences and revisit intention, and is to explore and analyze predictability of customers' satisfaction in their desire to revisit. Tourists of Dongpu Hot Spring served as the re-search object for a questionnaire. A total of 300 questionnaires were issued, out of which 275 valid copies were collected by means of convenience sampling, making a valid recovery rate of 92%. The data was analyzed by descriptive statistics, independent samples t-test, one-way ANOVA analysis, and Pearson product moment correlation analysis. The result of this study shows: 1. Difference in 'age', 'marriage', 'occupation', 'monthly income', 'living region', 'times of visiting', 'companion', 'information-sources' and 'traveling days' affects significantly in Dongpu Hot Spring visitors' satisfaction of recreation experiences. 2. Difference in 'age', 'marriage', 'occupation', 'living region', 'times of visiting', 'in-formation-sources', 'transportation' and 'traveling days' affects significantly in Dongpu Hot Spring visitors' revisit intention. 3. There is significant relevance between satisfaction and revisit intention. 4. The satisfaction of recreation experiences is able to effectively predict the visitors' revisit intention.

Keywords : Dongpu Hot Spring、Satisfaction of Hot Spring Experience、Revisit Intention

Table of Contents

| | | | |
|-----------------------------------|-----|--------------------------------|-----|
| 中文摘要 | iii | 英文摘要 | iii |
| iv 誌謝辭 | | v 內容目錄 | |
| vi 表目錄 | | viii 圖目錄 | |
| xiii 第一章 緒論 | 1 | 第一節 研究動機與背景 | 1 |
| 1 第二節 研究問題 | 8 | 第三節 研究對象與限制 | 9 |
| 9 第四節 研究範圍 | 10 | 第二章 文獻探討 | 11 |
| 11 第一節 東埔溫泉區 | 11 | 第二節 溫泉 | 15 |
| 15 第三節 遊憩體驗 | 19 | 第四節 消費者滿意度 | 22 |
| 22 第五節 重遊意願 | 27 | 第三章 研究方法 | 30 |
| 30 第一節 研究架構 | 30 | 第二節 抽樣方法 | 31 |
| 31 第三節 研究假設 | 31 | 第四節 研究工具 | 32 |
| 32 第五節 資料處理及統計分析 | 36 | 第四章 結果與討論 | 38 |
| 38 第一節 信度分析 | 38 | 第二節 背景特性分析 | 39 |
| 39 第三節 遊客遊憩體驗滿意度與重遊意願之現況分析 | 45 | 第四節 遊客背景特性對滿意度與重遊意願之差異分析 | 51 |
| 51 第五節 遊憩體驗滿意度與重遊意願之相關分析 | 75 | 第六節 遊憩體驗滿意度與重遊意願之迴歸分析 | 76 |
| 76 第七節 研究假設之驗證摘要 | 77 | 第五章 結論與建議 | 79 |
| 79 第一節 結論 | 79 | 第二節 建議 | 83 |
| 83 參考文獻 | 86 | 附錄A 研究問卷 | 95 |
| 95 表目錄 | | 表 1-1 2012年國人旅遊時最喜歡的遊憩活動 | 5 |
| 7 表 1-2 東埔觀光人數統計 | 7 | 表 3-1 體驗滿意度量表之構面與題項 | 34 |
| 34 表 3-2 重遊意願量表 | 36 | 表 4-1 遊憩體驗滿意度與重遊意願之信度分析 | 38 |
| 38 表 4-2 人口背景變項次數統計 | 42 | 表 4-3 旅遊特性變項次數統計 | 45 |
| 45 表 4-4 東埔溫泉區遊客遊憩體驗滿意度分析 | 49 | 表 4-5 東埔溫泉區遊客重遊意願分析 | 51 |
| 51 表 4-6 不同性別遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 52 | 表 4-7 不同年齡遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 53 |
| 53 表 4-8 不同教育程度遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 55 | 表 4-9 不同婚姻狀況遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 57 |
| 57 表 4-10 不同職業遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 59 | 表 4-11 不同月收入遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 61 |
| 61 表 4-12 不同居住地遊 | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------|----|-----------------------------------|----|-----------------------------|----|----------------------------------|----|------------------------|----|
| 客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 64 | 表 4-13 不同到訪次數遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 66 | 表 4-14 不同旅遊同伴遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 67 | 表 4-15 不同訊息管道遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 69 | 表 4-16 不同交通工具遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 72 | 表 4-17 不同遊憩天數遊客對體驗滿意度與重遊意願之差異分析 | 73 | 表 4-18 滿意度與重遊意願相關分析 | 76 | 表 4-19 滿意度對重遊意願多元逐步迴歸分析 | 77 | 表 4-20 研究假設驗證結果摘要 | 78 | 圖 目 錄 圖 2- 1 溫泉館魅力評價體系 | 18 | 圖 3- 1 研究架構圖 | 30 |
|-----------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------------------|----|-------------------------------|----|-----------------------------------|----|-----------------------------|----|----------------------------------|----|------------------------|----|

REFERENCES

一、中文部份 小名川真治郎, 永川克彥(1994), 實現顧客的夢, 台北:財團法人中國生產力中心。 巴魯/Takiyu(2011), 廬山溫泉榮景不再遷至埔里爭議多, 原住民族電視台, 2011年12月9日。 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, 國立臺灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。 王昱斌(2008), 溫泉旅館經營模式、滿意度與重遊意願之研究-以臺灣地區溫泉旅館為例, 國立屏東科技大學景觀暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。 王灝(2004), 南投山水歌, 台北:愛書人雜誌。 左澤芳(2008), 溫泉旅館服務接觸及品牌形象對顧客重遊意願影響之研究, 私立銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。 池文海, 林憬(2004), 運用SEM模式探討遊客滿意度-以花蓮縣為例, 量化研究與統計分析, 10(2), 35-53。 吳佩純(2007), 溫泉區遊客滿意度之研究-以廬山溫泉為例, 私立逢甲大學都市計畫學系研究所未出版之碩士論文。 吳秉榮(2009), 遊憩體驗、服務品質、滿意度與忠誠度之關係-以澎湖吉貝石滬遊客為例, 國立澎湖科技大學觀光休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 吳俊賢(2008), 台灣發展醫療旅遊商業模式初探研究, 國立臺灣大學醫療機構管理研究所未出版之碩士論文。 吳淑華(2011), 溫泉36享, 台北:天下雜誌。 呂嘉和(2005), 溫泉業服務品質與顧客滿意之關聯性研究, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。 宋玉麒(2006), 探索樂園遊客遊憩體驗滿意度之研究, 旅遊管理研究, 6(2), 125-147。 宋威穎, 雷文谷, 熊婉君(2010), 自行車道遊客旅遊目的地一項與行為意圖之關係-以遊憩體驗為中介變項之研究, 休閒產業管理學刊, 3(2), 22-37。 宋聖榮, 劉佳玫(2003), 台灣的溫泉, 台北縣新店市:遠足文化。 沈燕文(2005), 草嶺古道芒花季遊憩體驗之研究, 私立佛光人文社會學院社會學研究所未出版之碩士論文。 林晏州(1984), 遊憩者選擇遊憩區行為之研究, 都市與計畫, 10, 33-49。 林進田(1993), 抽樣調查:理論與應用, 台北:華泰書局。 邱浩政(2001), 量化研究與統計分析, 台北:五南圖書出版公司。 柳立偉(2009), 溫泉遊客泡湯體驗滿意度相關因素之研究, 嘉大體育健康休閒期刊, 8(2), 84-93。 高俊雄(1996), 休閒概念面面觀, 國立體育學院論叢, 6(1), 69-78。 張孝銘, 李豪(2008), 觀光吸引力、遊憩體驗、遊憩滿意度及重遊意願之相關研究-以苗栗縣大湖鄉為實證, 休閒產業管理學刊, 1(2), 57-69。 張松源(2007), 高雄縣寶來溫泉區溫泉旅館服務品質與顧客滿意度之研究, 國立台東大學體育學系未出版之碩士論文。 張皆欣(1999), 金門觀光產業服務品質與遊客滿意度之研究, 私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士論文。 郭岱宜(1999), 生態旅遊-21世紀旅遊新主張, 台北:揚智文化。 陳冠曲, 林喻東(2007), 遊客遊憩體驗、滿意度與行為意向關係之研究-以溪頭森林遊樂區為例, 國立嘉義大學農學院暨自然資源研究所未出版之碩士論文。 陳彥銘(2002), 台北都會區溫泉遊憩區遊客區位選擇模式之建立, 國立臺灣大學建築與城鄉研究所未出版之碩士論文。 陳桓敦(2002), 台灣地區休閒旅館遊客消費行為之研究, 私立世新大學觀光學系未出版之碩士論文。 陳肇堯, 胡學彥(2002), 休閒農場遊客認知與滿意度分析-以南部地區為例, 戶外遊憩研究, 15(3), 31-54。 陳耀茂(1997), 服務品質管理手冊, 台北:遠流。 彭博彥(2006), 溫泉館顧客滿意度調查研究-以新竹尖石溫泉館為例, 國立體育學院休閒產業經營學系未出版之碩士論文。 曾千育(2004), 溫泉旅館遊客利益區隔之研究-以苗栗泰安地區為例, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 曾怡喬(2010), 廬山涵碧莊溫泉飯店遊客對設施重建後滿意度與重遊意願調查研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 曾建薰(2007), 遊客滿意度、重遊意願、旅遊頻度結構分析及替代模型比較驗證研究-以惠蓀林場森林遊樂區為例, 國立中興大學森林學系未出版之碩士論文。 曾惠香(2002), 玉山回首, 南投:內政部營建署玉山國家公園。 曾新傑(2010), 北投溫泉區遊客的遊憩體驗、遊憩滿意度與目的地忠誠度之相關研究, 私立景文科技大學觀光與餐旅研究所未出版之碩士論文。 黃安邦(1986), 社會心理學, 台北:五南。 黃淑君, 林慧娟(2003), 解說內容涉入程度對遊客之環境認知、遊憩體驗和滿意度之影響-以陽明山國家公園魚路古道為例, 觀光學研究學報, 9(1), 79-90。 經濟部水利署(2008), 法律及法規命令-溫泉標準[線上資料], 來源 <http://wralaw.wra.gov.tw/wralawqip/cp.jsp?lawId=8a8a852d1ffd917b011ffda607d20012>。 經濟部水利署(2011), 98年度各直轄市、縣市重要水力資源統計指標分析-溫泉資源保育[線上資料], 來源 http://www.wra.gov.tw/lp.asp?CtNode=5403&CtUnit=906&BaseDSD=4&xq_xCat=62。 交通部觀光局(2011), 2010年國人旅遊狀況調查「旅遊時最喜歡的遊憩活動[線上資料], 來源 <http://admin.taiwan.net.tw/upload/statistic/20110816/372d5fef-a788-43b3-8b4c-d4b60239f346.doc>。 葉怡矜, 吳崇旗, 王偉琴, 顏伽如, 林禹良(譯)(2005), 休閒遊憩概論探索生命中的休閒, 台北:品度圖書。(Geoffrey G.) 劉美侖(2011), 服務品質、知覺價值、滿意度與重遊意願之相關研究-以四重溪溫泉旅館為例, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所未出版之碩士論文。 劉麗文, 揚軍著(2001), 服務業營運管理, 台北:五南。 蔣孟岑(2009), 日月潭.清境.集集.東埔72小時這樣最好玩, 台北:墨客出版。 蔡淑如(2010), 遊客參與金山溫泉區遊憩動機、遊憩體驗、滿意度與重遊意願之相關研究, 私立聖約翰科技大學工業工程與管理研究所未出版之碩士論文。 鄭天明, 陳美存(2007), 以節慶活動吸引力探究遊客參與動機、滿意度與忠誠度之關係, 觀光學研究學報, 13(4), 327-346。 賴美芬(2006), 消費者對運動觀光體驗感受之研究-以F1賽車旅遊為例, 國立體育學院休閒產業學系未出版之碩士論文。 賴珮如(2001), 谷關溫泉區觀光發展認知之研究, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 賴儒影(2009), 溫泉區住宿服務品質、遊客滿意度與重遊意願關連性之研究-以關子嶺溫泉區旅館為例, 私立嘉南藥理科技大學溫泉產業研究所未出版之碩士論文。 魏裕鑫(2009), 濁

水溪縣:南投縣社區深度文化之旅手冊, 南投:南投縣政府文化局。 羅明訓(1999), 桃園縣國小六年級學生休閒活動之調查研究, 國立台中師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。 蘋果日報副刊中心(2009), 非泡不可, 台灣溫泉主題遊, 台北:商周出版。

二、英文部份 Akama, J. S., & Kieti, D. M. (2003). Measuring tourist satisfaction with Kenya ' s wildlife safari: A case study of Tasvo West National Park. *Tourism Management*, 24(1), 73-81. Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and con-sequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(1), 25-43. Anderson, E. W., Fornell, C. D., & Lehmannm, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: interrelation-ship. *Tourism Management*, 22(6), 607-616. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(8), 244-249. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *AMA Conference Proceedings Chicago IL*, 119-123. Czepiel, J. A., & Rosenberg, J. (1976). Customer Satisfaction: Toward An Integrative Framework. *Proceedings of the Southern Mar-keting Association*, 169-171. Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of marketing Science*, 24(1), 3-16. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study of camping. *Environment and behavior*, 11, 483-510. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*, 55, 1-12. Griffin, J. (1993). Customer loyalty. *Simmon & Schurster Inc. Heylings*, P. (1973). The no touching epidemic: An English disease. *British Medical Journal*. Howard, J. A. (1989). Customer behavior in marketing strategy. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice Hall International. Inc. Jones, T. O., & Sasser, W. E. J. (1993). Why satisfied customers defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Kotler, P. (1999). *Marketing management: analysis, planning, impementation and control*. 9th ed., Englewood Cliffs. NJ: Prentic-Hall Inc. Kozak, M. (2001). Repeaters ' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Mannel, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State college, PA: Venture Publishing. *Proceedings Chicago IL*, 119-123. Prus, A., & Brandt, D. R. (1995). Understanding your customers. *Marketing Tools*, 10-14. Reicheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: quality comes to service. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wychoff, D. D. (1978). *Management of service operation*. Text and Cases, Boston. Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing*. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67. Singh, J. (1990). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *The Journal of Academy Marketing Science*, 19(3), 223-234. Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (1992). *Strategy formulation and implementation: tasks of the general manager*. Homewood, IL: Irwin, c.(5)ed. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Service marketing*, 3rd Edition, New York: Mc Graw-Hill Irwin. Zhou, H. (2003). The study of tourists ' need in private recreation park in Taiwan-a case study of Encore Garden, Dept of Architecture and Urban Planning, Feng Chia Univ.