

# Recreation Involvement and Quality Experience Affect Satisfaction-Taking Hong Kong Disney Theme Park as an Example

楊雅琳、蔡翠旭

E-mail: 9511510@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

With rising per capita income, changing type of consumption structure and increasing vacations, etc, our society is marching forward to a post-industrial community. Furthermore, people living style have been highly influenced by material consumption and leisure scheduling. It turns out that tourism industries becomes an indispensable part of everyday life. Among them, theme park has become one of the drastic growing ones in this field. This research, which is based on the Theory of Involvement, is aiming at the tourists who have been to Hong Kong Disneyland Theme Park, trying to analyze their Recreation involvement, such as quality satisfaction, willingness of revisit through questionnaire survey. It also consider the factor of demographics and customer behavior. It is our hope that this research can inspire the owners of the theme park pay more attention to improve its product design, thus will enable the tourists indulge themselves in the fantastic environment and comfortable atmosphere created for the customers. Therefore, it will be an unforgettable experience for them. Due to limited resources and the allocation of the surveyed targets, this survey is made by non-random accidentally target-choosing. There are 406 out of the total issued 450 questionnaires with 74.67% return rate. Among the returned ones, there are 336 valid questionnaires. The result showed that the following hypotheses are efficiently confirmed: 1. Tourist gender: Female tourists outnumbered male. The age group is between 20-25. The economic status is above the average. The ratio of Taiwanese to Chinese (refers to people in Mainland China and HK) is almost equal. 2. There are significant positive-related between the involvement level of the tourist of and the factor of quality experience. 3. The relationship between the tourist's quality experience and the quality satisfaction is medium high. It is suggested that an in-depth research to the quality experience should be executed. In addition, The long-term value possibly caused by the consumption experience also remains to be discussed. It is worthwhile to disclose more consumption experiences from different industries as well as more adequate situations of the different quality experiences. Keyword : Recreation involvement、 quality experience、 satisfaction

Keywords : Recreation involvement ; quality experience ; satisfaction

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 vi 誌謝 viii 目錄 ix 圖目錄 xi 表目錄 xii 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機 1  
1.2 研究目的 2 1.3 研究範圍與限制 3 1.4 研究流程 3 第二章 文獻探討 2.1 遊憩涉入 5 2.2 遊憩體驗 13 2.3 體驗品質 23 2.4  
體驗滿意度 33 2.5 個案簡介 39 第三章 研究方法 3.1 研究架構 42 3.2 研究推論與假設 43 3.3 研究變項之操作性定義與研究  
工具 44 3.4 問卷結構與抽樣說明 50 3.5 統計分析方法 53 第四章 資料分析 4.1 問卷信度與效度分析 54 4.2 基本資料分析 59  
4.3 個人特徵變項與涉入程度、體驗品質、滿意度間之差異分析 71 4.4 遊憩涉入之集群分析 76 4.4.1 涉入程度與體驗品質變  
異數分析 77 4.5 體驗品質與整體滿意度之複迴歸分析 80 4.6 實證結果彙整 83 第五章 結論與建議 5.1 研究結論 86 5.2 研究  
意涵 89 5.3 研究建議 93 5.4 研究限制 94 參考文獻 96 附錄一 香港迪士尼樂園遊客行為調查表問卷-繁體字 110 附錄二 香港  
迪士尼樂園遊客行為調查表問卷-簡體字 117

## REFERENCES

中文部分 1. 于慧慧(1989), 國家公園內遊客特性及遊憩行為之研究 - 以墾丁 國家公園之規劃應用為例, 國立成功大學都市計劃研究所, 碩士論文, 台南。 2. 方怡堯(2002), 遊憩涉入與遊憩體驗關係之研究 - 以溫泉遊客為例, 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所, 碩士論文, 台北。 3. 王彬如(1996), 遊憩體驗歷程之探討分析 - 以環島鐵路花蓮二日遊為例, 文化大學觀光事業研究所, 碩士論文, 台北。 4. 王偉哲(1997), 遊客對休閒農業之認知與體驗之研究, 逢甲大學建築及都市計畫研究所, 碩士論文, 台中。 5. 王唯(1997), 戲劇原理與評析, 台北:小報文化有限公司。 6. 王瓊玲(1998), 明清傳奇名作人物刻畫之藝術性, 台北:台灣書局。 7. 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。 8. 王惠芬(2002), 主題樂園遊客行為之研究 - 以劍湖山世界、六福村及九族文化村為例, 朝陽科技大學休閒事業管理系, 碩士論文, 台中。 9. 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, 台北。 10. 田佳靜(2001), 俄羅斯文化觀光:歷史背景與展望, 淡江大學俄羅斯研究所, 碩士論文, 台北。 11. 吳坤銘(1978), 遊客行為研究架構之探討, 國立台灣大學森林學研究所, 碩士論文, 台北。 12. 吳宗瓊、林英良、謝雅真、林恩宇、鄒欣城(1999), 遊園車對遊客遊憩體驗之影響 - 以太魯閣國家公園為例, 戶外遊憩學會、國立台灣大學園藝系(編), 1999 休閒遊憩觀光研

究成果研討會論文集(頁195 - 211), 台北:田園城市文化出版社。 13. 吳忠宏、黃宗成(2000), 休閒農場遊客對環境解說需求之研究, 環境與管理研究, 1(2), 頁119 - 142。 14. 吳麗玲(2000), 博物館導覽與觀眾涉入程度之研究 - 以達文西特展為例, 台北市立師範學院視覺藝術研究所, 碩士論文, 台北。 15. 吳佩倫(2001), 服務品牌權益、消費者涉入與顧客再惠顧意願關係之研究 - 以保險服務業為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系, 碩士論文, 高雄。 16. 吳運全(2002), 環境態度與遊憩體驗關係之研究 - 以綠島生態旅遊為例, 國立體育學院體育研究所, 碩士論文, 台北。 17. 宋秉明(1983), 遊樂容納量理論的研究, 國立台灣大學森林學研究所, 碩士論文, 台北。 18. 宋丁儀(2002), 消費社會的閱聽人 - 以霹靂布袋戲迷為例, 國立政治大學新聞學系碩士論文, 台北。 19. 李梅慈(2002), 以物象為題之元雜劇作品結構研究, 彰化師範大學國文學系, 碩士論文, 彰化。 20. 林晏州(1987), 玉山國家公園遊客態度之研究, 東海學報, (28), 頁49 - 69。 21. 林淑晴(1988):環境知覺探討垃圾對遊憩體驗的影響 - 以日月潭為例, 中興大學園藝所, 碩士論文, 台中。 22. 林綺瑩(1999):遊憩涉入與遊憩屬性關係之研究 - 以日月潭風景區與九族文化村為例, 東海大學景觀學研究所, 碩士論文, 台中。 23. 林耀東(2002), 地震博物館功能規劃與觀眾學習之研究, 暨南國際大學成人與繼續教育研究所, 碩士論文, 南投。 24. 林政菽(2003), 內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究, 逢甲大學建築與都市計畫所, 碩士論文, 台中。 25. 林憬(2003), 運用LISREL模式探討遊客滿意度之研究 - 以花蓮縣為例, 國立東華大學企業管理學系碩士在職專班, 碩士論文, 花蓮。 26. 林苑地(2004), 主題樂園遊樂品質評量指標建立及遊樂滿意度評量模式發展之研究 - 以國內民營綜合主題樂園為例, 真理大學管理科學研究所在職碩士專班, 碩士論文, 台北。 27. 林國賢(2004), 大陸民眾來台旅遊態度與動機之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系, 碩士論文, 台中。 28. 侯錦雄(1990), 遊憩區遊憩動機與遊憩認知關係之研究, 國立台灣大學園藝研究所, 博士論文, 台北。 29. 侯錦雄、姚靜婉(1997), 市民休閒生活態度與公園使用滿意度之相關研究, 戶外遊憩研究, 第10卷第3期, 頁1 - 17。 30. 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, 高雄。 31. 夏業良、魯煒編譯(2003), Pine II and Gilmore 著, 《體驗經濟時代》, 台北:經濟新潮社發行:城邦文化出版。 32. 徐清美(2003), 文章因果關係順逆對文學作品閱讀理解的影響, 國立中正大學教育研究所, 碩士論文, 嘉義。 33. 高俊雄(1993), 休閒參與與體驗形成之分析, 戶外遊憩研究, 6(4), 1 - 12。 34. 屠如驥、葉伯平(1999), 觀光心理學概論, 台北:百通圖書。 35. 康志璋(2001), 涉入理論於網路商品行銷之應用, 長庚大學企業管理研究所, 碩士論文, 嘉義。 36. 張春興(1994), 教育心理學, 台北市:東華書局。 37. 張春興(1996), 教育心理學, 台北:東華書局。 38. 張孝銘(2002), 在影響職棒比賽觀賞人數之因素研究 - 以中部地區球迷為例, 體育學第(32), 頁87 - 96。 39. 張恕忠、林晏州(2002), 遊客對休閒漁業活動之態度與體驗之研究, 世新大學觀光學系第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會發表論文, 台北。 40. 張偉浚(2003), 遊戲的意義與真實, 東海大學哲學研究所, 碩士論文, 台中。 41. 張嘉宇(2004), 遊客面對遊憩區擁擠所採行調適機制之探討 - 以劍湖山主題遊樂園遊客為例, 南華大學旅遊事業管理研究所, 碩士論文, 嘉義。 42. 張德慶(2004), 節慶活動服務品質、服務價值、顧客滿意度與行為意願之相關性研究 - 以墾丁風鈴季為例, 靜宜大學觀光事業研究所, 碩士論文, 台中。 43. 許益彰(1996), 產品利益無關屬性、訊息涉入程度、產品類別與廣告效果及產品評價之關係, 台灣大學商學研究所, 碩士論文。 44. 陳水源(1987):遊憩機會序列研究專論選集(一), 台北:淑馨出版社。 45. 陳水源(1988), 擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究 - 社會心理層面之探討, 國立台灣大學森林研究所, 博士論文, 台北。 46. 陳水源(1989):遊客遊憩需求與遊憩體驗之研究, 戶外遊憩研究, 1(3), 頁56 - 79。 47. 陳水源(1989):遊憩機會序列研究專論選集(二), 台北:淑馨出版社。 48. 陳昭明(1989), 發展農鄉休閒的經驗及其發展方向, 國立台大農業推廣學系(編), 發展休閒農業研討會會議實錄(頁85 - 100), 台北:行政院農業委員會。 49. 陳凱利(1998), 森林遊樂區遊客遊憩體驗及遊憩效益影響因素之探討 - 以棲蘭森森遊樂區為例, 宜蘭技術學報, (1), 頁27 - 37。 50. 陳冠宏(2004), 遊客對龍門露營區遊憩活動體驗之研究, 世新大學觀光學系, 碩士論文, 台北。 51. 陳簾(2004), 體驗品質對情緒、價值、體驗滿意度、承諾及行為意向影響之研究 - 以台灣現代戲劇演出為例天主教輔仁大學管理學研究所, 碩士論文, 台北。 52. 黃淑美(1996), 遊客對北海岸風景特定區住宿設施及服務的偏好與滿意度之研究, 東海大學景觀研究所, 碩士論文, 台中。 53. 黃宗成、吳忠宏、高崇倫(2000), 休閒農場遊客遊憩體驗之研究, 戶外遊憩研究, 13(4), 頁1 - 25。 54. 黃錦照(2001), 田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究, 南華大學, 碩士論文, 嘉義。 55. 黃士豪(2003), 涉入前因及涉入程度對新產品預告之探討, 國立成功大學企業管理研究所, 碩士論文, 台南。 56. 黃展璋(2004), 台灣主題樂園環境管理作法及其實施之現況分析研究, 南華大學環境管理研究所, 碩士論文, 嘉義。 57. 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系, 碩士論文, 台中。 58. 楊文燦、鄭琦玉(1995), 遊憩衝擊認知及其滿意度關係之研究, 戶外遊憩研究, 8(2), 頁109 - 132。 59. 楊文壽(2001), 行動電話手機消費者之涉入程度及購買決策相關因素之關聯性研究, 交通大學經營管理研究所, 碩士論文, 台北。 60. 葉茂生(2001), 澎湖吉貝島遊客對海域遊憩活動滿意度之研究, 世新大學觀光研究所, 碩士論文, 台北。 61. 董育任(2000), 觀賞者對表演藝術節目與設施評估之研究 - 以國立中正文化中心國家音樂廳為例, 中國文化大學觀光事業研究所, 碩士論文, 台北。 62. 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, 嘉義。 63. 樓慧芳(1992), 由遊憩體驗觀點探討遊憩活動區位之分派, 逢甲大學建築及都市計畫研究所, 碩士論文, 台中。 64. 鄭琦玉(1996), 遊憩機會序列應用於大甲溪流流域 - 遊憩資源分類系統適宜性之研究, 逢甲大學土地管理研究所, 碩士論文, 台中。 65. 鄭朝陽(2002), 都市計畫區人口擁擠北桃地區臉譜垮下來, <http://udndata.com>。 66. 賴秉寰(1999), 劇場與日常生活表演中的看與被看 - 從角色(character、role)與心理距離(psychical distance)來探討, 國立藝術學院戲劇學系戲劇碩士班, 碩士論文, 台北。 67. 賴玲華(2003), 沈從文小說藝術析論, 中國文化大學中國文學研究所博士論文, 台北。 68. 謝文豐(1998), 遊客對生態觀光環境知覺之研究 - 以恆春生態農場為例, 中國文化大學觀光事業研究所, 碩士論文, 台北。 69. 韓傑(1998), 現代觀光心理學, 高雄:前程出版社。 70. 簡克興(1995), 台中市存有寺廟之鄰里公園的使用行為之研究, 東海大學景觀研究所, 碩士論文, 台中。 71. 魏弘發(1995), 遊客選擇行為與遊憩阻礙之研究 - 以台灣民俗村為例, 逢甲大學建築及都市計畫研究所, 碩士論文, 台中。 二、英文部分 1. Belk,R.W. (1975). Situational variables and consumer behavior. Journal of Consumer Research,2,p157. 2. Bloch,P.H. & Richins,M.L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. Journal of Marketing,47,p69 - 81. 3. Beatty,S.E. & Smith,S.M. (1987). External search effort:An investigation across

several product categories. *Journal of Consumer Research*, 14, p83 - 95. 4. Backman, S.J. & Compton, J.L. (1991). The usefulness of selected variable for predicting activity loyalty. *Leisure Science*, 13, p205 - 220. 5. Bolton, R. N., and Drew, J. H. (1991), A Multistage Model of Customer Assessments of Service Quality and Value, *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, No. 3, p375 - 384. 6. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of consumer effort expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3&4), p244 - 249. 7. Clawson, M. & Knetsch, J.L. (1969). Alternatives method of estimating future use *Economics of Outdoor Recreation*, 21(7), p36. 8. Csikszentmihaly, M. (1975). *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco: Jossey - Bass. 9. Chubb, M. & Chubb H.R. (1981). *One Third of Our Time*. John Wiley & Sons Inc.. 10. Churchill, G. A. J., and Surprenant, C. (1982), An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, No. 4, p491 - 504. 11. Crosby, L. A., Evans, K. R., and Cowles, D. (1990), Relationship quality in services selling: An interpersonal influence perspective, *Journal of Marketing*, 54(2), p68 - 82. 12. Culp, R. H. (1998). Adolescent girls and outdoor recreation: A case study examining constraints and effective programming. *Journal of Leisure Research*, 30(3), p356 - 379. 13. Driver, B.L & Toucher, R.C. (1970). Toward a behavioral interpretation of recreation of planning. *Element of Outdoor Recreation Planning*, p9 - 31. 14. Driver, B. L., & Brown, P. J. (1975). A social - psychological definition of recreation demand, with implications for recreation resource planning. *Assessing Demand for Outdoor Recreation*, 12(8), p62 - 88. 15. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and Meaning of Recreation Satisfaction. *Environment and Behavior*, 11(4), p483 - 510. 16. Driver, B.L., Brown, P.J. & Peterson, G.L. (1991). *Benefits of Leisure*. Stage College, PA: Venture Publishing. 17. Dimanche, F., Havitz, M.E. & Howard, D.R. (1993). Consumer involvement profiles as a tourism segmentation tool. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1(4), p35 - 52. 18. Ellis, G.W. & Witt, P.A. (1989). *The leisure diagnostic battery user manual*. State College, PA: Venture Publishing, Inc. 19. Eagle, P. J. (1992). The travel motivations of Canadian ecotourists. *Journal of Travel Research*, 31(2), p3 - 7. 20. Engel, J.F., Blackwell, R.D. & Miniard, P.W. (1993). *Consumer Behavior*, 7th ed. Orlando Florida, Dryden Press. 21. Festinger, M. (1957), *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, University Press. 22. Freedman, R.E. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman. 23. Fesenmaier, D.R. & Johnson, B. (1989). Involvement based segmentations for travel marketing in Texas. *Tourism Marketing*, 10(4), p293 - 300. 24. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer, The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), p6 - 21. 25. Gunter, B.G. & Gunter, N.C. (1980). Leisure styles: A conceptual framework for modern leisure. *The Sociological Quarterly*, 21(1), p1 - 18. 26. Greenwald, A.G. & Leavitt, C. (1984). Audience involvement in advertising: Four Levels. *Journal of Consumer Research*, 11, p581 - 592. 27. Gronroos, Christian, *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*, European Journal of Marketing, Bradford: 1984. Vol. 18, Iss. 4; p36 - 44. 28. Gorden (1996), Baker and Morris, Katherine J., *Descartes Dualism*, London: Routhledge. 29. Houston, M.J. & Rothschild, M.L. (1978). Conceptual and methodological perspectives on involvement. *Research Frontiers in Marketing*, p184 - 187. 30. Holbrook, Morris B. and Hirschman, Elizabeth C., *The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun*, *Journal of Consumer Research*, Gainesville: Sep 1982. Vol. 9, Iss. 2; p132 - 140. 31. Higie, R.A. & Feick, L.K. (1989). Enduring involvement conceptual and measurement issues. *Advances in Consumer Research*, 16, p690 - 696. 32. Havitz, M.E. & Dimanche, F. (1990). Propositions for testing the involvement construct in recreational and tourism contexts. *Leisure Sciences*, 12, p179 - 195. 33. Hull, R.B., William, P. Steward, & Young, K.Yi, (1992). Experience patterns: capturing the dynamic nature of a recreation experience. *Journal of Leisure Research*, 24(3), p240 - 252. 34. Havitz, M.E., Dimanche, F. & Bogle, T. (1994). Segmenting the adult fitness market using involvement profile. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(3), p38 - 56. 35. Henderson, K.A., Bialeschiki, M.D., Shaw, S.M. & Fresinger, V. J. (1996). Both gains and gaps: feminist perspectives on Women's leisure. Venture Publishing, Inc. 36. Hampel, C. J. (1997), *Consumer Satisfaction with the Home Buying Process, Conceptualization and Dissatisfaction*, Hunt, H. K. Ed., Science Institute, Cambridge, MS. 37. Havitz, M.E. & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: onceptual conundrums and measurement advance. *Journal of Leisure Research*, 29(3), p245 - 278. 38. Holbrook, Morris B., *The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment*, *Journal of Macromarketing*, Boulder: Dec 2000. Vol. 20, Iss. 2; p178 - 192. 39. Hoch, Stephen J., *Product experience is seductive*, *Journal of Consumer Research*, Gainesville: Dec 2002. Vol. 29, Iss. 3; p448 - 454. 40. Ittelson, W. H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), p193 - 213. 41. Ittelson, W.H. (1978). Environmental perception and urban experience. *Environment and Behavior*, 10(2), p193 - 213. 42. Iwasaki, Y. & Havitz, M.E. (1998). A path analytic model of relationships between involvement psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30, p256 - 280. 43. Juran, J. M., *Managing for Quality*, The Journal for Quality and Participation, Cincinnati: Mar 1988. Vol. 11, Iss. 1; p8 - 12. 44. Jackson, M. S., White, G.N., & Schmierer, C. L. (1996). Tourism experience within an attributional framework. *Annals of Tourism Research*, 23(4), p798 - 810. 45. Kolb, D. A., *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1984. 46. Kelly, J.R. (1987). *Freedom to be - A new sociology of leisure*. New York: Macmillan publishing company. 47. Kotler, P. (1996), *Marketing Management Analysis Planning Implementation and Control*, 8th Ed., Prentice - Hall, New York, NY. 48. Kim, S.K., 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 bird watching. *Journal of Leisure Research*, 29(3), p320 - 341. 49. Kanter, Rosabeth Moss, *Strategy as improvisational theater*, MIT Sloan Management Review, Cambridge: Winter 2002. Vol. 43, Iss. 2; p76. 50. Lawler, E. E. (1973), *Motivations in Work Organizations*, Brooks/Cole Publishing Company, Monterey, CA. 51. Laurent, G. and J. N., Kapferer, (1985), "Measuring Consumer Involvement Profiles," *Journal of Marketing Research*, Vol. 22, p41 - 53. 52. Lee, Y., J. Dattilo, J. & D. Howard. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *Journal of Leisure Research*, 26(3), p195 - 211. 53. Mark B. Taylor, (1981). *Product Involvement Concept: An Advertising Planning Point of View*. *Attitude Research plays for High Stakes*. p94 - 111. 54. McIntyre, N. (1989). *The personal Meaning Participation: Enduring Involvement*. *Journal of Leisure Research*. 21(2), p167 - 179. 55. Madrigal, R., Havitz, M. E. &

Howard (1992). Married couples' involvement with family vacation. *Leisure Science*,14,p285 - 299. 56. Miller,G. (1997),Corporate Responsibility in the UK Tourism Industry. *Tourism Management*,22: p589 - 598. 57. Merriam,S. B. and Caffarella,R. S.,*Learning in adulthood: A Comprehensive guide*,San Francisco:Jossey - Bass,1999. 58. Norman,W.C. (1991). The influence of perceived constraints on the generic decision of whether of not to take a summer vacation. *The 1991 Symposium on Leisure Research*.VA: NAPA. 59. Oliver,R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*,17(4),p460 - 469. 60. Oliver,R. L. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting. *Journal of Retailing*,(57),p25 - 48. 61. Parasuraman,A.,Zeithaml,Valarie A.,and Berry,Leonard L.,A conceptual model of service quality and its implications for future research,*Journal of Marketing*,Chicago:Sep 1985. Vol. 49,Iss. 4; p41. 62. Rothschild,M.L. (1979). Advertising Strategies for High and Low Involvement Situations. *Altitude Research Plays for High Stakes*. p74 - 93. 63. Robertson,T.S.,Zielinski,S. & Ward,J. (1985). *Consumer Behavior*,Illinois: Scott Foreman and Company. 64. Rossman,J. R. (1989). *Recreation programming designing leisure experience (2nd.ed)*. Champaign,Illinois:Sagamore Publishing all rights reserved. 65. Reid,I.S. & Cormpton,J.K. (1993). A Taxonomy of leisure purchase decision paradigms based on level of involvement. *Journal of Leisure Research*,25,p182 - 202. 66. Sherif,M.,and H. Cantril,(1974),*The Psychology of Ego - involvement*,New York:John Wiley and Sons,Inc. 67. Slama,M.E. & Tashchian,A. (1985). Selected socioeconomic and demographic characteristics associated with purchasing involvement. *Journal of Marketing*,49(winter),p72 - 82. 68. Selin,S.W. & Howard,D.R. (1988). Ego involvement and leisure behavior:A conceptual specification. *Journal of Leisure Research*,20(3),p237 - 244. 69. Suh,S.H.,Lee,Y.,park,Y. & Shin,G.C. (1997). The impact of consumer involvement on consumers'perception of service quality - focusing on Korean hotel industry. *Journal of Travel and Tourism Marketing*,6(2),p33 - 52. 70. Tillman,K. (1974). *The program book for recreation professionals*. National Press Books,Palo Alto,California. 71. Tyebiee,T.T. (1979). Response time,conflict,and involvement in brand choice. *Journal of Consumer Research*,6,p295 - 304. 72. Unger,Lynette S.,and Kernan,Jerome B.,*On the Meaning ofLeisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience*,*Journal of Consumer Research*,Gainesville:Mar 1983. Vol. 9,Iss. 4; p381 - 392. 73. Virden,R.J.& Knopf,R.C.(1989). Activities,experiences and environmental settings:A case study of recreation opportunity spectrum relationships. *Leisure Science*,11(2),p159 - 176. 74. Zaichkowsky,J.L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*,12,p341 - 352.