

A Study of the Travel Motivation, Recreation Behavior and Satisfaction of Tourists in Visiting the Lukang Mazu Temple

楊連泉、何偉真

E-mail: 9706847@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

This study takes Lukang Mazu Temple as the object to conduct surveys on the relationship among tourism motivation of religious tourism, recreation behavior and satisfaction. A structured questionnaire was designed to collect the empirical data from the visitors. By means of convenience sampling, a total number of 487 valid samples were obtained. Methods of factor analysis, descriptive statistics analysis, reliability analysis, one-way ANOVA analysis, Pearson correlation analysis, Structural equation modeling (SEM) and Chi-square test are adopted to explore relationships between dimensions of traveler characteristics, traveling recreation behavior, traveling motivation and satisfaction. According to the statistical analysis, this study concludes that: 1. Tourist motivations are different based on the individual tourist's characteristic. 2. Recreation behavior are different based on the individual tourist's characteristic. 3. Tourist satisfaction are different based on the individual tourist's characteristic. 4. There are connections between tourist's motivation and tourist's satisfaction. 5. Tourist satisfaction are different based on the recreation behavior. Finally, this study provides suggestions to related institutes in developing, planning and managing the leisure and recreational activities at Lukang Mazu Temple, to attract more tourists to visit to Lukang Mazu Temple and to promote the prosperity of the local economic.

Keywords : lukang mazu temple, travel motivation, recreation behavior, tourist satisfaction

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 致謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
xv 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究動機	2	第三節 研究目的	3
3 第四節 研究內容	4	第五節 名詞釋義	5
5 第二章 文獻探討	7	第一節 鹿港天后宮基地概述	7
7 第二節 宗教觀光	9	第三節 旅遊動機	14
14 第四節 遊憩參與行為	14	第五節 旅遊滿意度	21
21 第五節 旅遊滿意度	27	第三章 研究方法	27
27 第一節 研究架構	39	第二節 研究假設	39
39 第三節 研究流程	40	第四節 研究對象	40
40 第五節 研究工具	41	第五節 資料處理與分析	41
41 第五節 研究工具	53	第四章 結果與討論	53
53 第一節 遊客樣本結構敘述性分析	56	第二節 差異性分析	56
56 第二節 相關分析	142	第三節 旅遊動機與旅遊滿意度關係模式	142
142 第三節 研究假設之檢定	148	第五章 結論與建議	148
148 第一節 研究結論	153	第一節 研究建議	153
153 第二節 後續研究方向	163	第二節 研究建議	163
163 第三節 後續研究方向	166	參考文獻	166
166 附錄A 預試問卷	183	附錄B 正式問卷	183
183 附錄A 預試問卷	187		187

REFERENCES

一、中文部份 方世榮(1998), 行銷管理學, 台北:東華書局。交通部觀光局(2002), 交通部觀光政策白皮書, 台北:交通部觀光局。沈進成, 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, 旅遊管理研究, 3(1), 79-95。余幸娟(2000), 宗教觀光客旅遊動機與其滿意度之研究, 中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。宋秉明(1983), 遊客容納量理論的研究, 國立台灣大學森林研究所未出版之碩士論文。呂長民(1999), 行銷研究方法論與實例應用, 台北:前程企業管理有限公司, 417。李銘輝(1991),

遊憩需求與旅客行為特性之探討，戶外遊憩研究，4(1)，17-33。李孟學(2005)，台北市公辦民營室內溫水游泳池顧客運動參與行為與滿意度之研究，國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。吳明隆，涂金堂(2005)，SPSS與統計應用分析，台北：五南圖書出版社。吳舒婷(1989)，香港來華旅客消費行為相關問題之探討，國立中央大學統計學研究所未出版之碩士論文。吳妮容(2006)，以旅遊型態作為干擾變數來研究旅遊動機、旅遊滿意度與目的地忠誠度之間的關係，大同大學事業經營學系未出版之碩士論文。吳忠宏，黃宗成，邱廷亮(2004)，玉山國家公園遊客旅遊動機、期望、體驗、滿意度與重遊意願之研究，國家公園學報，14(2)，22-41。周文樹(2003)，台南縣尖山埤水庫風景區遊客滿意度之研究，逢甲大學土地管理所未出版之碩士論文。林士傑(2005)，台灣運動觀光活動的新選擇 - 大甲媽祖國際觀光文化節，運動管理，8，64-75。林登燦(2001)，旅行業理論與實務，台北：品度股份有限公司。林靈宏(1994)，消費者行為學，臺北：五南書局。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研究所未出版之碩士論文。林威呈(2001)，台灣地區休閒農場假日遊客旅遊行為之研究，國立中山大學企業管理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，都市計畫，10(3)，33-49。林晏州，陳惠美，顏家芝(1998)，高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究，戶外遊憩研究，11(4)，59-71。林金燕(2003)，日本來台觀光客旅遊參與型態、觀光形象滿意度與重遊意願關係之研究，世新大學觀光學系碩士班未出版之碩士論文。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未出版之碩士論文。邱皓政(2002)，量化研究與統計分析，臺北：五南圖書股份有限公司。邱祈榮，林鴻忠，王筱萱(2005)，林美石磐步道暑期遊客滿意度之研究，臺大實驗林研究報告，19(4)，281-291。洗日明，游漢明(1996)，市場營銷啟示錄，臺北：台灣商務印書館。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未出版之博士論文。高儀文(1999)，主題遊樂園服務品質與遊客購後行為關係之研究，中國文化大學商學院觀光事業研究所未出版之碩士論文。耿建尉(2006)，試論當今世界宗教的影響，世界宗教文化，2006(1)，1-4。唐學彬(1994)，觀光學概論，臺北：毫峰出版社，7-21。唐明偉(2005)，觀光客遊覽台北市龍山寺滿意度之研究，世新大學觀光學研究所未出版之碩士論文。徐達光(2003)，消費者心理學，臺北：東華書局。徐同劍(1996)，遊樂園區業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之碩士論文。鹿港天后宮管理委員會(2004)，鹿港天后宮志，鹿港：著者發行。張俊彥(1986)，台灣宗教性休閒活動之社會人口分析，戶外遊憩研究，8(4)，69-74。張鍵，李長青(2005)，北京宗教文化旅游資源評估研究，首都師範大學學報自然科學版，26(3)，91-94。張春興(1989)，張氏心理學辭典，臺北：東華書局。張春興，楊國樞(1993)，心理學，臺北：三民書局。張春興(1994)，現代心理學，臺北：東華書局。張春興(1996)，教育心理學，臺北：東華書局，291-296。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，戶外遊憩研究，15(4)，27-48。張俊彥(1987)，遊憩規劃中遊客擁擠知覺之分析以陽明山國家公園為例，臺北：淑馨出版社。莊庭禎(1992)，網球運動消費者行為在休閒生活型態上之探討，嘉南學報，(18)，70-78。許義忠(2002)，遊客對參加冒險旅遊的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)，115-130。許銘珊，梁仲正(2006)，墾丁國家公園遊客旅遊動機之研究，運動休閒管理學報，3(1)，139-155。陳慧君(2001)，台灣基督教徒旅遊行為之研究，中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。陳文英(2006)，2006 澎湖海上花火音樂季遊客的旅遊動機、滿意度與重遊意願關係之研究，嘉大體育健康休閒期刊，(5)，117-127。陳寶良(2006)，明代的宗教旅遊，中州學刊，6(5)，199-203。陳伯南(2004)，宗教觀光旅遊動機、認知價值、滿意度與忠誠度關係之研究 - 以南投中台禪寺為例，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。陳慧玲(2003)，淡水旅遊動機及滿意度之研究 - 以淡水老街為例，健康休閒觀光餐旅產官學研討會論文集(pp. 7-1-7-23)，台北。陳勁甫，蔡郁芬，蕭玉華(2004)，台南地區水療活動消費者動機與市場區隔之研究，第四屆觀光休閒暨餐旅產業永續經營學術研討會論文集(pp. 425-435)，台北。陳學綿(2000)，舞蹈才藝班消費者之行為研究-以台中市綿綿舞蹈班為例，國立台灣體育學院體育研究所未出版之碩士論文。陳宗雄，沈進成(2004)，農業旅遊遊客之遊憩動機、體檢、滿意度與重遊意願之關係研究 - 以臺南走馬瀨農場為例，臺灣鄉村研究，(3)，99-122。陳昭明(1981)，台灣森林遊樂需求、資源、經營之調查與分析，台大森林研究室研究報告，8(8)。陳思倫，劉錦桂(1992)，影響旅遊目的地選擇之地點特性及市場區隔之研究，戶外遊憩研究，5(2)，39-70。陳瓊華(2004)，來台旅客對台觀感與消費行為之線性結構模式之研究，國立台北大學統計學研究所未出版之碩士論文。陳秀淑(2004)，遊客參與產業文化活動滿意度與認同度關係之研究 - 官田菱角節個案分析，國立屏東科技大學農企業管理系未出版之碩士論文。陳志強(2006)，大陸來台觀光客旅遊動機、顧客認知價值對顧客滿意度影響之研究，大葉大學國際企業管理系未出版之碩士論文。陳水源(1988)，擁擠與戶外遊憩體驗關係之研究，臺北：大立出版社。陳建勳(2006)，球迷對職業棒球參與程度、支持因素及行銷策略滿意度之研究 - 以興農牛隊為例，運動休閒管理學報，3(2)，86-106。陳俊男(2004)，七股鹽場鹽山遊客之遊憩動機、遊憩環境體驗與遊憩滿意度之研究，南華大學旅遊事業管理學研究所未出版之碩士論文。郭靜晃(1994)，心理學，臺北：楊智文化。郭玲君，李學愚，陳信泰(2006)，從宗教旅遊品質重視度建構台南地區進香團遊程規畫—以南鯤鯓代天府進香團為例，運動休閒餐旅研究，1(4)，55-65。連漪，汪俠(2004)，旅遊地顧客滿意度測評指標體系的研究及應用，旅遊學刊，19(5)，9-13。郭彰仁，侯錦雄(1998)，香客與戶外遊憩者之遊憩衝突探討-以松柏嶺宗教觀光區為例，戶外遊憩研究，11(2)，1-18。梅筱珍(1992)，旅遊服務品質與消費者滿意度之研究，東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃宗成，沈進成，李謀監(2001)，宗教觀光之發展與研究，旅遊管理研究，1(1)，125-142。黃錦照(2001)，田中森林公園遊客旅遊動機與滿意度之研究，南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。黃靖雅(2001)，鹿港龍山寺對遊客之文化觀光吸引力研究，東海大學景觀學系未出版之碩士論文。黃宗成，黃躍雯，余幸娟(2000)，宗教觀光客旅遊動機、期望、滿意度關係之研究，戶外遊憩研究，13(3)，23-48。黃宗成，沈進成，翁延碩，戴宜臻(2002)，雪玉明珠 - 西藏：宗教觀光旅遊動機與其滿意度之研究，旅遊管理研究，2(1)，23-42。黃淑君，何宗隆(2002)，台北縣立坪林茶業博物館遊客滿意度對重遊意願之影響，觀光研究學報，7(2)，111-123。黃芳銘(2004)，結構方程式模式理論與應用，臺北：五南圖書出版股份有限公司。黃俊英(1992)，多變量分析，臺北：中國經濟研究所出版。游宗仁(2002)，全國YMCA運動休閒課程知覺服務品質與滿意度之研究，朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。楊嵐雅(1986)，台灣主要民俗活動應用於文化觀光方式之研究，逢甲大學建築與都市計劃研究所未出版之碩士論文。楊玲琇(1994)，國民旅遊之消費行為分析 - 以台北市地區區民為例，國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。楊國樞(1989)，社會及行為科學研究法，臺北：東華書局。劉錦桂(1993)，旅遊目的地選擇

之地點特性及其市場區隔之研究，逢甲大學土地管理研究所未出版之碩士論文。劉嘯，甘枝茂，楊延風(2006)，旅遊動機 - 人類本性的回歸 - 旅遊動機的新探討，乾旱區資源與環境，20(1)，33-36。劉喜臨(1992)，旅遊態度在旅遊活動決定過程中所扮演的角色，國立台灣大學森林研究所未出版之碩士論文。劉照金，張家銘，劉一慧，黃靖淑(2005)，不同類型運動觀光參與者的旅遊動機、期望、滿意度及其觀光特性之比較研究，運動休閒管理學報，2(2)，24-36。鄭森生(1994)，旅客滿意因素分析之實證研究 - 以臺鐵、臺汽旅客為例，國立交通大學管理科學研究所未出版之碩士論文。蔡耀宗(2005)，休閒旅遊?業的服務品質提升，品質月刊，5(5)，24-26。蔡伯勳(1986)，遊憩需求與滿意度分析之研究 - 以獅頭山風景遊憩區實例調查，國立台灣大學園藝研究所未出版之碩士論文。蔡進發，陳慧君，黃宗成(2004)，聖城 - 耶路撒冷:宗教觀光客旅遊動機、限制因子、實際體驗與重遊意願之研究，世界宗教學刊，4(4)，73-104。盧雲亭(1993)，現代旅遊地理學，臺北:地景企業股份有限公司。盧淑妃(1986)，遊憩區遊客行為之研究-以東勢林場為例，國立中興大學園藝研究所未出版之碩士論文。鮑敦環(2000)，溫泉旅館遊客市場區隔分析之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。賴子敬(2002)，台中市高爾夫參與者參與動機和參與行為之研究，朝陽科技大學休閒事業管理系未出版之碩士論文。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研究所未出版之碩士論文。謝淑芬(1994)，觀光心理學，臺北:五南圖書出版社。謝蔚錚(2006)，來台觀光旅客消費行為與遊憩滿意度之研究，國立中央大學統計研究所未出版之碩士論文。顏亞玉(2000)，宗教旅遊論析，廈門大學學報，143(3)，69-73。

二、英文部份 Absher, J. D., Howat, G., Crilley, G., & Milne, I. (1998). Toward customer service: Market segment differences for sports and leisure centers. *Australian Leisure*, 7(1), 25-28. Bagozzi, R. P., & Youjae, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 12(2), 125-166. Bammel, G., & Burrus-Bammel, L. L. (1992). *Leisure and human behavior*. America New York: William C. Brown Publishers, 394. Bultena, C. L., & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in camping: A conceptualization and guide at social research. *Journal of Leisure Research*, 5(2), 348-364. Burns, R.C., Graefe, A. R., & Titre, J. (1997). Customer satisfaction at US Army Corps of Engineers-Administered Lakes, A compilation of two years of performance data. *Proceedings of the 1997 Northeastern recreation research symposium*(pp. 12-13). Bolton Landing: New York. Bagozzi, R. P. (1977). Structural Equation Models in Experimental Research. *Journal of Marketing Research*, 14, 209-236. Bultena, G.L., & L.L. Klessig. (1969). Satisfaction in Camping: A Conceptualization and Guide to Social Recreath. *Journal of Leisure Research*, 1, 348-364. Beard, J. G., & Mounir, G. R. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of consumer effort expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(8), 222-228. Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-53. Driver, B. L. (1976). Toward a better understanding of the social benefits of outdoor recreation participation, In *Proceedings of the Southern States Recreation Research*(pp. 163-189). Asheville: NC: US Department of Agriculture, Forest Service, Southeastern Forest Experiment Station. Day, R.L (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction, in Kinneer, T.C (Eds.). *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research, Provo, UT, 11 .496-9. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing Research*, 56(1), 6-21. Hair, Anderson, Tatham., & Black. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. New York: Maxwell MacMillan International. Herzberg, F., Mausner B., & Snyderman, B., (1959). *The Motivation to Work*, N.Y: John Wiley Co. Helson, H. (1964). *Adaptation-Level Theory*. New York: Hamper and Row. Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The theory of buyer behavior*. New York: John Wiley and Sons. Hills, P., Argyle, M., & Reeves, R. (2000). Individual differences in leisure satisfactions: An investigation of four theories of leisure motivation. *Personality and Individual Differences*, 28, 763-779. Hawkins D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (1998). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*, (7th ed.). London: McGraw Hill. Iso-Ahola, Seppo E., & Jon R. Allen (1982). *The Dynamicsof Leisure Motivation :The effects of outcome on leisureneeds*. *Research Quarterly for Exercise and Sport* , 53(2) , 141-149. Jackowski, A., & Smith, V. L. (1992). Polish pilgrim-tourists. *Annals of Tourism Research*, 1(19), 92-106. Johns, T. O., & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customer defect. *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning im-plementation and control*(7th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Kotler, P. (1994). *Marketing management: analysis, planning, imple-menting, control* (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Im-plementation, and Control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1998). *Analysis planning, implementation and control. marketing managemen*(9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1999a). *Marketing Management an Asian Perspective*(2th ed.). New Jersey: Prentice Hall Pte Ltd. Kotler, P., & Armstrong, G. (1999b). *Principles of Marketing* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Lawler, E. E. (1973). *Motivation in work organizations*. California: Brooks / Cole Publishing Compan, 86. Liou, C. R. (1994). A study on the visitor ' s demand of northeast coast national scenic area interpretative service. *Dept of Tourism Management*, 1(4). 88. Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2th ed.). New York: Harper & Row. McIntosh, R.W. (1977). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (2th ed.). Columbus Ohio: Grid Inc, 61. Manning, R. E. (1985). Diversity in a demorcracy; Expanding the recreation opportunity specturm. *Leisure Science*, 7(4), 377-399. Morrison, A.M. (1989). *Hospitality and Travel Marketing*. Delmar New.York Harper & Row, 64-65. Manning, R.E. (1986). Study in outdoor recreation: Search and re-search for Satisfaction. Oregon : Oregon State University Press, 25-33. Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *Social psychology of leisure*. New York: Venture Publishing Co. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedent and conse-quences of satisfaqction decisions. *Journal of Marketing Re-search*, 17(4), 460-469. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Oliver, R. L. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 495-507. Oliver, R. L., & Bearden, W. O., (1985). Disconfirmation Processes and Consumer Evaluations in Product Usage. *Journal of Busi-ness Research*, 13(3), 235-246. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 21(4), 1-12. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Re-search. *Journal of Marketing*,

49(4), 41-50. Pratt, J.W. (1974). Measuring purchase behavior, handbook of marketing (3rd ed.). New York: McGraw-Hill. Reynolds, F. D., & Darden, W. R. (1974). Constructing life style and psychographics, lifestyle and psychographics. Chicago: American Marketing Assn, 100. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L (1991). Consumer Behavior (2th ed.). New Jersey: Prentice-Hall, 4. Swan, J.E., & Combs, L. J. (1976). Product Performance and Consumer Satisfaction: A New Concept. Journal of Marketing, 1(40), 21-32. Sharma, S. (1996). Applied Multivariate Techniques. NY: John Wiley & Sons, Inc., 493. William, G. Z. (1999). Business research methods, sixth edition. New York: McGraw-Hill, 278. Williams, T. G. (1982). Consumer Behavior: Fundamentals and strategies (1th ed.). New York: West, 5.