

2010 年台中國際旅遊展吸引力對顧客滿意度影響之研究

林宗郎, 曾明郎, 黃國光

體育室

人文社會學院

jml@chu.edu.tw

摘要

本研究之目的在瞭解台中國際旅遊展顧客的背景變項在吸引力與滿意度上之差異；以及顧客的吸引力對滿意度之影響分析。以參加2010 年台中國際旅遊展之顧客作為研究範圍，以便利抽樣方式於會場出口處進行每天施測150 份問卷，共發出 450 份問卷，回收有效問卷338 份，有效問卷回收率為86.2%。經統計分析結果：（一）顧客的性別、年齡、婚姻狀況、月收入、教育程度等變項在對台中國際旅遊展吸引力上皆未達到顯著性差異。（二）顧客的性別、年齡、婚姻狀況、月收入、教育程度等變項在對台中國際旅遊展滿意度上皆未達到顯著性差異。。（三）台中國際旅遊展顧客的吸引力會顯著影響滿意度。以上結果將提供未來相關研究參考。

關鍵字：：顧客、台中國際旅遊展、背景變項、吸引力、滿意度