

摘要

現今社會注重生活品質，對娛樂性質相關的產業更是願意消費，享受生活在近年來更是一種消費趨勢，影城業者為了爭奪龍頭品牌，推出多樣化的選擇，有的強調親切的服務、有的以品牌為訴求，更有的是以促銷手法，或是電影首映等的公關活動取勝，以吸引顧客上門消費。本研究藉此探討影城產業，瞭解影城顧客之特性與現況，並分析不同顧客的特性，對於知覺價值、服務品質、氣氛與再購意願之中的影響與相關情形。

過去探討影響再購意願之因素研究甚多，本研究主要針對知覺價值及服務品質與氣氛等變數探討其對於再購意願的影響，以知覺價值為中介變數，探討中介變數對其變數之影響。在選擇實證樣本時，以全台灣影城之消費者做為研究對象。

本研究共收回 163 份有效問卷，並以描述性統計、獨立樣本 t 檢定、單因子變異數分析、相關與迴歸分析進行資料處理與分析。透過迴歸分析發現知覺價值對再購意願有顯著正向影響，氣氛及服務品質對知覺價值皆有顯著正向影響，氣氛及服務品質透過知覺價值對再購意願皆有顯著正向影響，知覺價值在氣氛及服務品質與再購意願之間，具有部分中介效果存在。根據研究結果，本研究提出相關建議。

關鍵字：再購意願、知覺價值、服務品質、氣氛