

摘要

近年來隨著外食消費的比例普遍提升，使得餐館市場規模日漸擴大。業者欲進入這強烈競爭的領域，除了美食外，加強包含服務品質在內的知覺價值之整體效益以提高顧客忠誠度，並從口碑、服務、廣告等加深此品牌形象。

本研究主要探討高雄漢來海港餐廳的品牌形象、知覺價值及服務品質對顧客忠誠度之影響，研究對象為曾去過高雄市漢來海港餐廳用餐的消費者。本研究採用問卷調查方式，並以 SPSS 統計軟體作為本研究之分析工具，研究結果顯示：

- 一、品牌形象對顧客忠誠度有顯著影響，其中以象徵性對顧客忠誠度的影響較大。
- 二、知覺價值對顧客忠誠度有顯著影響，其中以獲取價值對顧客忠誠度的影響較大。
- 三、服務品質對顧客忠誠度有顯著影響，其中以反應性對顧客忠誠度的影響較大。
- 四、不同人口統計變數對顧客忠誠度、品牌形象、知覺價值及服務品質有顯著差異。

關鍵字：海港餐廳、顧客忠誠度、品牌形象、知覺價值、服務品質