

## 摘要

過去有關夜市消費行為之研究甚多，多半偏重觀光意象、消費文化、消費文化等對顧客忠誠度的直接影響，鮮少探討商品創新、懷舊情感等這些因素是否會影響對夜市顧客忠誠度的影響。此外本研究加入瑞豐夜市及金鑽夜市為干擾變數，即探討瑞豐與金鑽夜市的發展如何吸引不同客群，以及如何影響顧客忠誠度，亦即探討兩大夜市中參與意願、商品創新、知覺價值、擁擠知覺及懷舊情感等變數對顧客忠誠度之影響力有何異同，來探討其對上述關係的影響。

本研究以實體通路及網路等管道進行問卷調查，以大高雄地區之逛夜市消費者進行調查，正式問卷共發放 310 份，剔除無效問卷之後共獲有效問卷共 200 份，以迴歸分析進行資料分析，結論分述如下：根據本研究迴歸分析之驗證結果，歸納下列結論：

- 一、參與意願正向影響顧客忠誠度。
- 二、商品創新正向影響顧客忠誠度。
- 三、知覺價值正向影響顧客忠誠度。
- 四、擁擠知覺正向影響顧客忠誠度。
- 五、懷舊情感正向影響顧客忠誠度。
- 六、比較瑞豐與金鑽在上述關係之無差異性？

根據分析結果，本研究提出行銷管理上的建議。

關鍵詞：顧客忠誠度、參與意願、商品創新、知覺價值、擁擠知覺、

懷舊情感