

摘要

近年來，國內的外食人口不斷增加，國人每週外食次數超過總用餐數的一半，帶動國內餐飲市場的成長，根據經濟部統計處資料顯示，餐飲業至 2011 年為最高峰，年業額成長率達 8.44%。過去有關餐飲業探討影響顧客忠誠度之前因研究甚多，亦有許多研究探討服務品質與顧客忠誠度間之關係，然而較少研究加入企業認同來整合探討服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度間之間的關係。而本研究更進一步地探討顧客嚴苛度是否干擾服務品質、顧客滿意度及企業認同與顧客忠誠度關係間之影響。

本研究共收回 155 份有效問卷，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、顧客滿意度正向影響顧客忠誠度。
- 二、企業認同正向影響顧客滿意度。
- 三、企業認同透過顧客滿意度影響顧客忠誠度
- 四、服務品質正向影響顧客滿意度
- 五、服務品質透過顧客滿意度影響顧客忠誠度
- 六、服務品質正向影響企業認同

根據研究結果，本研究提出相關建議。

關鍵詞：企業認同、服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度、顧客嚴苛度