

摘 要

過去探討影響顧客忠誠度因素研究有很多,其中內容大都均以服務品質與商店形象影響顧客忠誠度當作研究角度為探討重點,然而這些研究缺乏將個人特質納入探討,例如:自我監控及正向情緒,前者是指顧客的個人特質;而後者是指服務人員的正向情緒,將二變數當成是干擾變數。當選購醫療藥妝商品的行為對消費者而言,是一個決策的過程,將受到內、外在力量或因素所影響。其中內在力量通常決定於消費者本身的特性,外在力量則來自於決策過程中所接收到的訊息與服務人員正向情緒、自我監控這兩者將可能改變消費者的知覺或態度。透過本次研究了解何種干擾因素會影響顧客忠誠度?

本研究共收回有效問卷190份有效問卷,以迴歸分析進行資料分析,結論分述如下:

假設內容		結果
H1	商店形象對顧客忠誠度有顯著正向影響。	支持
H2	服務品質對顧客忠誠度有顯著正向影響。	支持
H3	服務人員正向情緒有顯著正向影響顧客忠誠度。	支持
H4a	自我監控對服務品質與顧客忠誠度間之關係的干擾	不支持
H4b	自我監控對商店形象與顧客忠誠度間之關係的干擾	不支持
H5a	服務人員正向情緒對服務品質與顧客忠誠度間之關係的干擾	不支持
H5b	服務人員正向情緒對商店形象與顧客忠誠度間之關係的干擾	不支持

關鍵詞: 顧客忠誠度、商店形象、服務品質、自我監控、服務人員正向情緒