



餐廳服務品質、顧客滿意度及顧客忠誠度之研究-以高雄某餐廳為例

陳榮方 1

國立高雄科技大學 企業管理系 副教授

洪有成 2

國立高雄科技大學 企業管理系碩士在職專班 研究生

一、摘要

本研究旨在研究高雄某餐廳服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度之關係。研究對象以高雄南部觀光地區某小型餐廳外帶及內用顧客為研究實體，進行抽樣研究調查。本研究採取立意抽樣法。研究擬訂樣本採用 SPSS 25.0 統計軟體進行資料分析與假設檢定，樣本數回收為 200 份。有效問卷 177 份。台灣在外飲食的國人消費支出持續成長升高，外食比例超過七成以上，已經成為普遍的消費趨勢。因此本研究是在疫情後探討外食客飲食習慣及動機，對餐廳服務品質的感官與評價，在探討對於餐飲業餐廳的服務品質、顧客滿意度、與顧客忠誠度之關聯性來實證是否有差異性與關聯性的存在。

關鍵詞：服務品質、顧客忠誠度、顧客滿意度

二、動機與目的

研究之主要動機在了解餐廳顧客對服務品質與顧客滿意度之感受認知程度。並幫助在未來餐廳的服務品質、顧客滿意度及顧客忠誠度標準制定上有更確切的參考依據，進而增加其競爭力；以提升餐廳之業績，達成長期經營的目標。

本研究的研究目的如下所述：

(一)了解消費者對餐飲業的服務品質與顧客滿意度之關係。

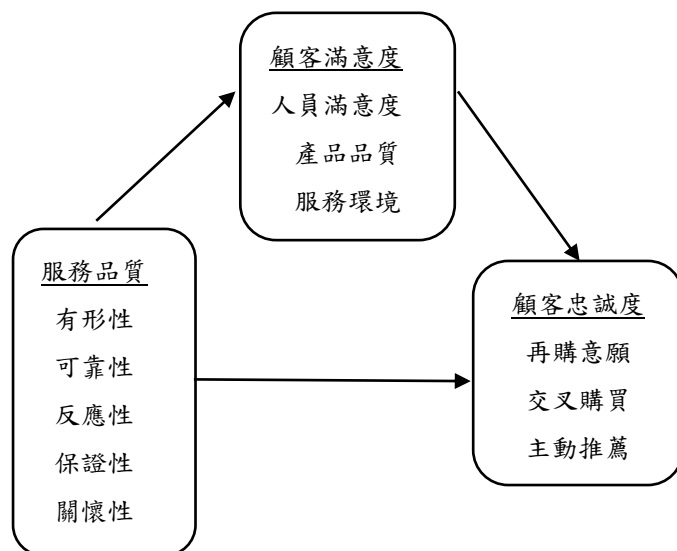
(二)了解消費者對餐飲業的顧客滿意度與顧客忠誠度之關係。

(三)了解消費者對餐飲業的服務品質與顧客忠誠度之關係。

(四)了解消費者對餐飲業的服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度之關係。

三、相關文獻與研究方法

研 究 架 構



Moorman, C., Deshpande, R. & Zaltman, G.(1993). Factors effecting trust in market research relationships. Journal of Marketing, 57(1), 81-101.

黃淑惠(2017)，學校餐廳顧客滿意度之研究-以國立高雄餐旅大學為例、國立高雄餐旅大學餐旅研究所碩士論文。

呂世安(2019)，餐廳知覺價值、服務品質、餐廳氣氛與顧客滿意度之關係研究、大葉大學企業管理研究所碩士論文。

四、研究結果與討論

經由迴歸分析後，服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度的各構面間的中介效果，「服務品質」對「顧客忠誠度」的總效果影響為 0.746 達顯著水準，而直接效果為 0.205 達顯著水準，但是經由「顧客滿意度」所產生的間接效果為 0.541 達顯著水準，且效果達到 2.6 倍，因此本研究假設 H4：「顧客滿意度對服務品質影響顧客忠誠度具有中介效果」。

五、結論

研究結果發現，服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度是影響整個餐廳業績之最重要因素，服務品質越佳，顧客滿意度越高，進而連帶提升顧客忠誠度，而研究發現顧客滿意度是影響到顧客忠誠度最重要因素，且影響效果之高。

