

摘要

幾年來電視購物仍為各大廠商所必爭的通路，然而卻因顧客所期望的服務、產品與促銷方次與實際的情況有所落差，會產生顧客忠誠度的問題。在這顧客導向的時代，企業應體認顧客價值的重要性，進而提供令客戶滿意的產品品質、服務品質與促銷活動，有效的吸引顧客的觀看與促進消費，這將會是讓企業永續經營的重要關鍵。

本研究將以曾經有過電視購物經驗之消費者為研究對象，採用隨機取樣的問卷調查方式，探討消費者在購買前後，服務品質、產品品質與促銷活動對顧客忠誠度的影響是否具有顯著相關。

經分析後發現，產品品質對於顧客滿意度有顯著的正向關係，表示好的產品品質則有助於提高顧客滿意度，表示顧客對於產品品質的接受程度比較高，而服務品質對顧客忠誠度亦有顯著關係，表示提高服務品質則能夠留住忠誠顧客進而提升顧客忠誠度，且促銷活動與顧客忠誠度也呈顯著的正向關係，代表顧客對於促銷活動的接受程度越高時，更能建立並提高顧客忠誠度。

關鍵字：電視購物、服務品質、產品品質、促銷活度、顧客忠誠度