

摘要

隨著科技的進步與教育的提升，人們對生活品質的要求日漸提升，對於外貌、儀容之重視與需求更甚以往，因而導致美髮店家數目持續攀升以及市場競爭激烈等現象。顧客知覺的服務品質受到許多因素的影響，服務品質的感受可能會隨著顧客與服務提供者的每次接觸而有所差異。

由於美髮業者之間所提供服務內容相似之下，有趨向於在進行服務顧客之同時，擇機推銷自有品牌或固定品牌之美髮產品給顧客，以利營業收入之增加。因此顧客對此交叉行銷做法，是否能展現其交叉購買意圖亦成為重要課題之一。

本研究挑選四家連鎖美髮店，實際到各連鎖店觀察連鎖美髮業者與顧客的互動情形，並訪問業者對交叉行銷之看法，再以問卷調查方式，了解顧客在不同的行銷溝通與服務品質下之交叉購買意圖為何。

本研究採用問卷調查方式，調查連鎖美髮業的行銷溝通與服務品質對交叉購買意圖之影響，以SPSS 統計軟體作為本研究之分析工具，研究結果顯示：

- 一、行銷溝通對服務品質有顯著影響。
- 二、行銷溝通對交叉購買意圖有顯著影響。
- 三、服務品質對交叉購買意圖有顯著影響。
- 四、變數之各構面因人口屬性有顯著差異。

關鍵字：連鎖美髮業、行銷溝通、服務品質、交叉購買意圖