

摘要

經過 2008 年金融海嘯洗禮後，平價奢華服飾風橫掃全球，捧紅了西班牙 ZARA、日本 UNIQLO 等知名平價時尚品牌，而這股風潮也從 2010 年開始如颶風般席襲捲台灣。現今平價服飾業者除了要在價格及品質上取得平衡外，想要成功，除了服飾要讓顧客滿意外，還要給消費者帶來額外價值，因此，企業可多重視在「體驗行銷」方面，提供顧客更多的經驗體會、情緒感受、興趣等。

本研究欲瞭解平價服飾業之服務品質、顧客體驗情緒及體驗價值對行為意向的影響，並針對高雄 UNIQLO 之消費者進行問卷調查，總共發放 250 份問卷，扣除 4 份無效問卷，共 246 份有效問卷。以 SPSS 進行統計分析，研究結論為：

- 1.服務品質對行為意向有顯著影響。
- 2.顧客體驗情緒對行為意向有顯著影響。
- 3.體驗價值對行為意向有顯著影響。

關鍵字：服務品質、顧客體驗情緒、體驗價值、行為意向