

## 摘要

近年來，服務業佔產業結構比例已接近七成，其中無論從業態、廠商數及佔國民所得比例來看，零售業都是服務業中最重要的。然而也造成零售業激烈的競爭，每家企業也愈來愈重視顧客關係。業者紛紛導入顧客關係管理系統，藉此找出有價值的顧客，使企業創造出長期與顧客相互獲利的關係。顧客導向的要點就是強化全面的服務品質，好的服務品質不但可以增加企業的競爭優勢，也是顧客保留的重要因素。另一方面也要慎重的維護與顧客間的關係，讓顧客在購物體驗中感到滿意，進而提升重複購買傾向，並替企業做出好口碑，以增加更多客源，因此，企業應重視與顧客維持良好的關係品質，進而提升顧客保留。

本研究以 A+1 精品百貨為研究對象，以問卷調查法探討曾到 A+1 精品百貨之消費者對於 A+1 精品百貨之服務品質、關係品質及顧客保留之關係，總計發放 350 份問卷，回收有效問卷為 308 份。利用迴歸分析進行分析驗證，研究結果顯示：(1)服務品質對關係品質有顯著正向影響。(2)服務品質對顧客保留有顯著正向影響。(3)關係品質對顧客保留有顯著正向影響。(4)服務品質透過關係品質對顧客保留具完全中介效果。

根據上述結果，本研究提出相關討論與建議，例如：改善停車空間、加強員工訓練，提供更好的服務、與顧客及會員維持良好關係、增強電子商務網路購物的功能等，本研究結果可提供 A+1 精品百貨在服務品質及經營策略方面作為參考。

關鍵字：服務品質、關係品質、顧客保留