

摘要

由於服務業對台灣的 GDP 逐年增加，服務業越來越被重視。因為服務的特殊性而產生失誤在所難免，因此如何進行服務補救為服務提供者首要關切之事。許多研究顯示，顧客受到不滿意的服務後，若能經過妥善的補救措施，這些顧客非但不會產生消費轉移的現象，有時還會提高滿意度，並到處宣傳公司的優點，成為公司的忠誠客戶(Maxham,2001)。

本研究欲瞭解心理及實質補償程度對於再購意願的影響，以及加入保守、內控與自我效能等干擾因素後，是否又會使心理及實質補償程度對於再購意願產生影響，本研究以發放問卷的方式，發放 160 份問卷進行研究，共回收 143 份有效問卷，並以 SPSS 套裝軟體為分析工具，採用信度分析、描述性統計、t 檢定、變異數分析來解釋變數間的關聯性。經過整理及分析結果顯示：實質補償程度的高低對再購意願有正向的影響。本研究期盼將結果回饋餐廳業者，透過問卷讓業者可以獲取顧客資訊，及了解顧客的需求及哪些人格特質的顧客再購意願會較高。