

# 一百年度企業管理專題

## 主題：服務品質與顧客滿意度對再消費之意願之研究以台北市伯朗咖啡館為例

指導老師：傅敬群 老師

組員：林郁翔、陳瑋婷、賴柏翔、曾友濊、黃美嘉、蔣旭琛、蔡鈺雯

### 一、摘要

台灣的產業重心早已從製造業走向服務業，服務業的工作必須不斷檢討改善，以提升服務品質，讓顧客滿意，建立顧客再消費意願使企業永續經營。本研究在探討伯朗咖啡店的服務品質、顧客滿意度與顧客再消費意願的關係，採用問卷發放調查法，結果有11項建議提供業者參考服務品質和顧客滿意度達成顧客再消費意願之提升。

### 二、研究動機

目前咖啡館市場競爭激烈，往往只要有不符合顧客心中的品質或是價值標準的服務，就有可能迅速的被顧客淘汰，因此各家咖啡連鎖業者不斷提升自我品質，就是為了因應市場上的變化。顧客在咖啡連鎖店上有相當多的選擇，除了考慮產品的實體品質外，對於無形的服務品質也越來越重視，服務品質也往往決定了顧客是否感到滿意的重要依據，也成為了最基本的訴求了，所以挑選出一間目前學術界中暫無人研究之伯朗咖啡館進行探討，本研究排除全家伯朗咖啡館。

### 三、研究目的

- 一、探討影響顧客的服務品質對顧客滿意度之影響。
- 二、探討顧客滿意度對再消費意願之影響。
- 三、探討服務品質對再消費意願之影響。

### 四、研究方法

為探討服務品質、顧客滿意度、再消費意願三者關係之研究，以擬定問卷並設計在以發放問卷回收後以 SPSS 作為分析問卷之工具進行分析。

### 五、研究流程



### 六、結論與建議

研究結論：

- (1)性別：女性消費者填答問卷佔 53.4%。
- (2)婚姻：未婚消費者填答問卷佔 69%。
- (3)教育程度：大學消費者填答問卷佔 39.2%
- (4)職業：學生消費者填答問卷佔 35.8%
- (5)年齡：21-30 歲以 52.6%佔最高
- (6)平均月所得：4-5 萬元(含)以 32.8%佔最高
- (7)每月平均消費次數：每月消費 1 次以 42.5%佔最高
- (8)每次平均消費金額：每次消費 2 百以下以 51.9%佔最高

建議：

#### 一、服務品質

請伯朗咖啡針對未婚、大學學歷者，做出為顧客詳細介紹餐點的改善。

#### 二、顧客滿意度

請伯朗咖啡針對未婚、大學學歷者，做出對顧客即時服務的改善。

#### 三、再消費意願

請伯朗咖啡針對未婚、大學學歷者，做出應有服務人員負責帶位服務的改善。