顧客價值對顧客滿意、顧客忠誠與顧客保留相關之研究：以某美語補習班為例

劉嘉莉、鄭華清
E-mail: 9601327@mail.dyu.edu.tw

摘 要
如何創造顧客價值使顧客滿意進而培養顧客對企業或產品產生忠誠度而留住舊顧客，是所有經營市場、扛負業績的經理人想要探究與達成的目標。本研究主要目的在同時檢視關於顧客價值、顧客滿意、顧客忠誠與顧客保留構念間的相互關係，來探討當顧客感受到產品所帶給他的價值時，是否會增加其滿意度，使顧客對產品或企業產生忠誠度，進而留住舊顧客。實證上，本研究以科見美語臺中中正校之學生為研究對象，採問卷的方式蒐集樣本，共蒐集241份有效樣本，來驗證各變項間的影響關係，實證結果發現如下：
1. 顧客感受到產品的價值愈高時，滿意度也愈高；
2. 顧客感覺到的滿意度愈高時，顧客的忠誠度也愈高；
3. 當顧客的忠誠度愈高時，顧客保留的情形也將愈高；
4. 顧客滿意度愈高時，顧客保留愈高；
5. 顧客忠誠度與顧客保留呈正相關
本研究欲以學理為立論基礎，建立起補教業檢視業務問題時，可以依據顧客價值、顧客滿意度、顧客忠誠度與顧客保留的衡量指標，逐一檢測找出癥結，並加以改善的方法。關鍵詞：顧客價值、顧客滿意、顧客忠誠、顧客保留、美語學校、美語補習班、補習班

目錄
第一章 緒論 第一節 研究的背景...........................1 第二節 研究的動機...........................3 第三節 研究目的.............................4 第四節 研究的範圍、對象與限制...............4 第五節 研究的步驟與流程.....................5 第二章 文獻探討 第一節 顧客價值之相關文獻................7 第二節 顧客滿意度之相關文獻................13 第三節 顧客保留之相關理論..................27 第四節 顧客忠誠度之相關文獻................34 第五節 顧客價值與顧客滿意度之相關文獻......41 第六節 顧客價值與顧客忠誠度之相關文獻......42 第七節 顧客滿意度與顧客忠誠度之相關文獻......46 第八節 顧客滿意度與顧客保留之相關文獻......50 第九節 顧客滿意度與顧客保留之相關文獻......54 第十節 顧客滿意度、顧客忠誠度與顧客保留之衡量指標，逐一 檢測找出癥結，並加以改善的方法。


Force Behind Growth, Profits, and Lasting Value, Boston: Bain & Company, Inc.


