

# 體驗行銷對顧客滿意度之影響 = The influence of experiential marketing on customer satisfaction : 以法系家樂福與美系好市

洪婉玲、莊銘國

E-mail: 347905@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

臺灣近幾年來通路間的競爭越來越激烈，使得量販店的生存大受影響。如何使用行銷手法提高量販店的競爭力，吸引消費者前來消費，是量販店業者重要之目標。本研究以體驗行銷為方向，透過消費者對於體驗方面的感受來探討顧客滿意度，以期能提供量販店業者作為參考。本研究以台灣家樂福及好市多量販店消費者為研究對象，採用問卷調查法在網路上進行問卷資料之搜集，於2011年7月開始發放，8月20日截止問卷回收。本研究共填寫581份問卷，有效回收樣本513份，有效回收率為88.3%。再以SPSS統計軟體實證分析，得到以下結論：1.體驗行銷愈高其顧客滿意度也愈高，有顯著的正向影響。2.感官體驗對顧客滿意度具有正向影響關係。3.情感體驗對顧客滿意度具有正向影響關係。4.關聯體驗對顧客滿意度具有正向影響關係。

關鍵詞：量販店、體驗行銷、顧客滿意度

## 目錄

內容目錄 . . . . .	ii
表目錄 . . . . .	iv
圖目錄 . . . . .	vi
第一章 緒論 . . . . .	1
第一節 研究背景與動機 . . . . .	1
第二節 研究目的 . . . . .	3
第三節 研究對象與範圍 . . . . .	3
第四節 研究流程 . . . . .	4
第二章 文獻探討 . . . . .	6
第一節 個案公司簡介 . . . . .	6
第二節 體驗行銷 . . . . .	11
第三節 顧客滿意度 . . . . .	16
第三章 研究方法 . . . . .	22
第一節 研究架構 . . . . .	22
第二節 研究假設 . . . . .	23
第三節 研究變數的操作性定義與衡量 . . . . .	23
第四節 問卷設計與抽樣 . . . . .	27
第五節 資料分析方法 . . . . .	28
第四章 研究結果與分析 . . . . .	30
第一節 樣本基本資料分析 . . . . .	30
第二節 描述性統計分析 . . . . .	37
第三節 研究變項信效度分析 . . . . .	42
第四節 個人屬性差異性分析 . . . . .	45
第五節 獨立樣本t檢定 . . . . .	68
第六節 變項間之相關分析 . . . . .	70
第七節 變項間之迴歸分析 . . . . .	71
第八節 兩品牌之比較 . . . . .	73
第五章 結論與建議 . . . . .	74
第一節 研究結論 . . . . .	74
第二節 建議 . . . . .	76
第三節 研究限制 . . . . .	78
參考文獻 . . . . .	79

中文部分 . . . . .	80
英文部份 . . . . .	80
附錄 研究問卷 . . . . .	84

## 參考文獻

- 一、中文部分 王又鵬(2010), 體驗行銷、參與動機對線上遊戲玩家購買意願影響之研究 - 以產品涉入為干擾變數, 實踐大學企業管理學系碩士班碩士論文。中央社倫敦法新電。2005年9月30日。毛曉夫(1997), 來源國形象對顧客滿意度之影響 - 以ELM模式為理論基礎, 政治大學國際貿易研究所未出版之碩士論文。好市多官方網站(2011)。賣場位置。上網日期:2011年6月。網址：[http://www.costco.com.tw/whs\\_872.htm](http://www.costco.com.tw/whs_872.htm) 朱聖和、魏文欽(2008), 人格特質、工作態度、服務品質、工作績效及顧客滿意度關連性之實證研究 - 以國內金融控股公司為例, International Journal of LISREL, Vol. 1, No. 2, pp.1-24 家樂福官方網站(2011)。全台賣場。上網日期:2011年6月。網址：<http://www.carrefour.com.tw/store/store01.asp> 周麗娟(2010), 體驗行銷、服務品質對顧客滿意度之影響, 中國文化大學商學院國際企業管理研究所碩士論文。吳明隆(2003), SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計(初版), 台北:知城數位科技股份有限公司。吳筱萍(2008), 消費者購物動機、體驗與休閒效益關係之研究 - 以好市多為例, 中國文化大學事業觀光研究所碩士論文。陳育慧(2002), 體驗行銷之探索性研究 - 統一星巴克個案研究, 中國文化大學事業觀光研究所碩士論文。陳柏憲(2010), 顧客滿意、品牌知名度、企業形象、服務品質、顧客滿意度、與顧客忠誠度間關係之研究 - 以國立醫療器材業為例, 交通大學管理學院企業管理碩士學程碩士論文。張志宏(2002), 量販店業顧客滿意度與顧客忠誠度之研究, 淡江大學管理科學學系碩士論文。黃靖文(2004), 量販店服務品質、顧客滿意度與忠誠度間關係之研究 - 以大台北地區大潤發量販店為例, 大同大學事業經營研究所碩士論文。黃淑真(2009), 應用體驗行銷工具創造體驗價值以提升顧客滿意度與忠誠度之研究 - 以台中市主題餐廳為例, 東海大學食品科學研究所食品工業管理組碩士論文。黃慶源、邱志仁、陳秀鳳(2004), 博物館之體驗行銷策略, 科技博物, 8(2)47-66。黃慶鳳(2009), 會員體驗行銷、品牌形象與會員忠誠度之研究-以台北市伊士邦健康俱樂部為例, 大仁科技大學休閒健康管理研究所碩士論文。劉立為(2009), 量販店服務品質之探討, 高苑科技大學經營管理研究所碩士論文。劉潔妃(2004), 書店的體驗行銷研究策略:以Page One書店、誠品敦南店、金石堂「我的文學書房」為例, 世新大學傳播研究所碩士論文。
- 二、英文部分 Aiello, C. and Rosenberg, L.J., 1976, Customer Satisfaction:Toward an Integrative Framework, Proceedings of Southern Marketing Association. Cardozo, R. N., 1965, An Experimental Study of Customer Effort, Expectation and Satisfaction, Journal of Marketing Research, Vol. 2, pp.244-249 Churchill, G. A. and Surprenant, C., 1982, An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. JMR, Journal of Marketing Research, 19(4), pp.491-504. Day, R. L., 1977, Extending the Concept of Customer Satisfaction, AMA Conference Proceedings, pp.99-123. Fornell, C., 1992, A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, Journal of Marketing, 56, pp.6-21 Gautier, A., 2003, September, Think Again: Why Experiential Marketing is the Next Big Thing. NZ Marketing Magazine, pp.8-15 Handy, Charles, R. and Martin Pfaff, 1975, Customer Satisfaction with Food Products and Marketing Services, Economic Research Service. U. S. Department Agriculture Economic Report, No.281. Hemple, D. J.,1977, Customer Satisfaction with The Home Buying Process: Conceptualization and Measurement, in the Conceptualization of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt, Cambridge, Mass., Marketing Science Institute. Howard, J. A. and Sheth, J.N., 1969, The Theory of Buyer Behavior, New York, John Willy and Sons. Hunt, K. H.,1977, Customers Satisfaction/Dissatisfaction-Overview and Future Directions, in Hunt, K. H., Conceptualization and Measurement of Customer Satisfaction and Dissatisfaction, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. Kim, M. K., Park, M. C., and Jeong, D. H. ,2004, The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services, Telecommunications Policy, Vol. 28, pp.145-149. Kotler, P., 2003, Marketing management(7 ed.). New Jersey: Prentice Hall International Editions. Nicholls, J. A. F., Gilbert, G. R., and Roslow, S., 1998, Parsimonious Measurement of Customer Satisfaction with Personal Service and the Service Setting, Journal of the Customer Satisfaction, Vol.15, No.3, pp.239-253. Oliver, R. L.,1981, What is Customer Satisfaction, Wharton Magazine, 5(2), pp.36-41. Ostrom, A., and Iacobucci, D., 1995, Customer Trade-Offs and the Evaluation of Services, Journal of Marketing, Vol.59, No.1, pp.117-128. Pine, B. J. and Gilmore, J. H., 1998, Welcome to the Experience Economy, Harvard Business Review, 78(4), pp.73-82. Pine, B. J. and Gilmore, J. H., 1999, The Experience Economy: Work is theatre and every business a state. Massachusetts: Harvard Business School Press. Schmitt, B. H., 1999, Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands, New York, NY: The Free Press. Schmitt, B. H., 1999, Experience of Marketing. Journal of Marketing Management, 15(1), pp.53-67. Spreng, R. A. and Olshavsky, R. W., 1993, Journal of the Academy of Marketing Science, 21, pp.169-177. The Hindu group of publications, 2003, July 23. Experiential Marketing Key to Brand Relevance for Customer. Business Line.Retrieved June 5, 2005, from <http://thehindubusinessline.com/2003/07/23/stories/2003072300680600.htm> Westbrook, R. A., 1980, A Rating Scale for Measuring Product/ Service Satisfaction, Journal of Marketing, pp.68-72. Wiley, J. W., 1991, Customer Satisfaction: A Supportive Work Environment & Its Financial Cost, Human Resource Planning, Vol.14, No. 2, pp.117-127. Woodside, Arch G., Frey, Lisa L., and Daly, Robert, Timothy, 1989, Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention, Journal of Health Care Marketing, 9(4), pp.5-17. Woodruff, R., Schumann, David w. and Gardial, Sarah Fisher, 1993, Survey of Business, pp.33-40.