

# 北部地區原住民主題餐廳情境對顧客滿意度之影響

林家伸、李維靈

E-mail: 9511425@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

體驗經濟時代的來臨，民眾至餐廳用餐的觀念已不再像過去只求溫飽，而是日益重視其所提供的主題性用餐情境。所以，顧客若在情境體驗上能夠滿意，其日後再購意願的機會必會提升。過去研究顯示商店情境的確與顧客滿意和再購意願息息相關(Kotler, 1973; Donovan & Rossiter, 1982)，因此了解顧客對於情境的認知及感受，此乃業者所應著重之焦點。本研究以北部地區三家原住民主題餐廳之顧客為研究對象，透過問卷調查方式進行便利抽樣，共回收有效樣本數287份，並以SPSS10.0為統計分析工具，以期探討現今至原住民主題餐廳消費的顧客特性為何，並檢驗不同背景特性者對於情境(經因素分析後共得實體情境、社交情境及非預期情境等三構面)的重視度與滿意度之差異情形。另外，本研究再輔以重要表現程度分析法(IPA)，以探討原住民主題餐廳目前在情境方面的經營狀況。本研究結果發現前往北部地區原住民主題餐廳者，在用餐動機方面多以體驗原住民文化為主，且不同「婚姻狀況」、「得知餐廳之媒介」及「同行對象」之受訪者分別在實體情境、社交情境及非預期情境之重視度及滿意度上有顯著差異。發掘問題並予以解決乃企業經營成功之道，因此本研究透過IPA法分析後建議業者應加強非預期情境的表現，如推出促銷、打折優惠等，以提升顧客滿意度及再購意願。

關鍵詞：主題餐廳；情境；滿意度

## 目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書 iii 中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi 目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xi 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 研究問題 3 第四節 研究對象與範圍 4 第五節 研究限制 8 第六節 名詞定義 8 第二章 文獻探討 10 第一節 主題餐廳 10 第二節 台灣原住民文化 14 第三節 情境與消費者行為 18 第四節 滿意度相關理論 28 第三章 研究方法 33 第一節 研究架構與假設 33 第二節 問卷設計 34 第三節 抽樣方法 37 第四節 預試 37 第五節 資料分析方法 38 第四章 統計結果與分析 42 第一節 信效度檢定與有效樣本分析 42 第二節 原住民餐廳情境之重視度與滿意度次數統計 50 第三節 假設驗證 54 第四節 重要-表現程度分析法 64 第五章 結論與建議 75 第一節 研究結果摘述 75 第二節 綜合討論 79 第三節 研究建議 81 參考文獻 84 附錄 正式問卷 91

## 參考文獻

一、中文部份 1.山海文化雜誌社(1999)。北台灣都會區原住民生活據點導覽手冊。台北:行政院原住民委員會。 2.方雨嵐(2004)。台灣的原住民。台北:遠足文化。 3.方俊欽(1999)。購物動機與情境因素對零售店惠顧行為之影響。國立中興大學農運所碩士論文(未出版)。 4.王育英、梁曉鶯合譯(2000)，Schmitt, B. H.著。體驗行銷。台北:經典傳訊文化。(原著出版年:1999) 5.王宗琳(2002)。高雄市咖啡連鎖店商店印象與消費者購買行為關係之研究。國立中山大學傳播管理研究所碩士論文(未出版)。 6.王明耀(1999)。情境公關-人際叢林求生手冊。台北:遠流出版(未出版)。 7.王岩(2006)。中華民族傳統文化與公民國家意識的培養。鄭州大學公民教育研究中心。 8.朱于祺、蔡郁楓(2002)。高級餐廳顧客與服務人員關係品質之研究。第四屆休閒、遊憩、觀光學術研討會論文集。台北:世新大學觀光學系。 9.江宜芳(2004)。體驗型商店環境對知覺價值與行為意向影響之研究-以「石陶樹餐廳」為例。輔仁大學管理研究所碩士論文(未出版)。 10.吳大松(2002)。情境因素對女性購買行為之影響。國立台灣大學商學研究所碩士論文(未出版)。 11.吳泰儒(2004)。大都市裡的「原」汁「原」味-都會區原住民主題餐廳的社會資本與多元文化認同。東吳大學社會學系碩士論文(未出版)。 12.吳淑女譯(2000)。Robert, C. M.著。餐館管理-顧客、營運與員工。台北:華泰文化事業公司。(原著出版年:1998) 13.林以青(1993)。文學經驗中的都會情境轉換之探討 - 以五 至七 年代台北市為例。東海大學建築所碩士論文(未出版)。 14.林宜緒(2005)。國內地方博物館經營管理評估指標建立之研究。逢甲大學土地管理研究所碩士論文(未出版)。 15.林嘉慧(2002)。大台北地區原住民餐廳經營管理與顧客消費行為之研究。世新大學觀光研究所碩士論文(未出版)。 16.俞萍(2002)。婚姻對青年行為與選擇的影響。重慶社會科學院發表研究。 17.高德義(2001)。從殖民、同化到自決-全球原住民族的危機與轉機，原住民教育刊，23。 18.陳文學(2003)。我國原住民族自治政策之研究-規劃評估觀點。國立台北大學公共行政政策研究所碩士論文(未出版)。 19.陳淑娟(1995)。零售賣場設計與現場消費行為關係之研究-以百貨公司為例。元智大學商業及管理學系研究所碩士論文(未出版)。 20.陳麗婷、陳國隆等人(2005)。2005食品產業年鑑。新竹:財團法人食品工業發展研究所。 21.黃怡璋(2000)。建築空間本質的探討 - 從梅洛龐蒂的身體現象學出發。東海大學建築所碩士論文(未出版)。 22.黃瀏英(2002)。主題餐廳設計與管理。台北:揚智出版社。 23.詹益政(2002)。旅館餐飲經營實務。台北:揚智出版社。 24.蔡仁惠(1999)。情境與空間結構轉化法則。國立台北科技大學建築與都市設計研究所碩士論文(未出版)。 25.謝世忠(1994)。山胞觀光。台北:自立晚報。 26.謝世忠(1994)。觀光過程與傳統論述-原住民的文化意識，當代，98，10-29。 27.鍾善美(1998)。情境因素對消費者行為之影響分析-以中興大學農林畜產品展售中心為例。國立中興大學

農運所碩士論文(未出版)。二、英文部份

1. Anderson, E. W., Fornell, C. & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66.
2. Anderson, E. W. & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125-143.
3. Baker, J., Grewal, D., & Levy, M. (1992). An experimental approach to marketing retail store environment decision. *Journal of Retailing*, 68(4), 445-461.
4. Beardsworth, A. & Bryman, A. (1999). Late modernity and the dynamics of quasification: The case of the themed restaurant. *The Sociological Review*, 47(2), 228-257.
5. Belk, R. W. (1974). An exploratory assessment of situational effect in buyer behavior. *Journal of Marketing Research*, 11(2), 156-163.
6. Belk, R. W. (1975). Situational variables and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), 157-164.
7. Cardozo, R. N. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249.
8. Churchill, B. A. & Surprenant, C. (1982). An investigation into the determinant of consumer satisfaction. *Journal of Marketing*, 19(4), 491-504.
9. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. *AMA Conference Proceedings*, 119-123.
10. Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. *Advances in Consumer Research*, 11, 496-499.
11. Donovan, R. J. & Rossiter, R. J. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34-57.
12. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction: A case study in camping. *Environment and Behavior*, 11(4), 483-510.
13. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior*. New York: Plenum Press.
14. Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
15. Hui, M. K. and Bateson, E. G. (1991). Perceived control and the effects of crowding and consumer choice on the service experience. *Journal of Consumer Research*, 18(2), 174-184.
16. Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Lexington, MA: Marketing Science Institute.
17. Kakkar, P. & Lutz, R. J. (1975). The psychological situation as a determinant of consumer behavior. *Advance in Consumer Research*, Schlinger, M. J. (Ed), Chicago: Association for Consumer Research, 439-453.
18. Klara, R. (2001). Familiar Themes. *Restaurant Business*, 100(10), 24.
19. Kotler, P. (1973). Atmospheric as marketing tool. *Journal of Retailing*, 49, 48-64.
20. Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed.). N.J: Prentice-Hall.
21. Lavidge, R. J. (1966). The cotton candy concept: Intra-individual variability. In Lee, A. & Irving, C., *Attitude research at sea*, (pp.39-50). Chicago: American Marketing Association.
22. MacLaurin, D. J. & MacLaurin, T. L. (2000). Customer perceptions of Singapore's theme restaurants. *The Cornell HRA Quarterly*, 41(3), 75-85.
23. Mallin, S. B. (1979). *Merleau-Ponty's Philosophy*, New Heaven.
24. Mehrabian, A. and Russell, J. A. (1974). *An Approach to Environment Psychology*. MIT Press.
25. Miller, J. A. (1977). Exploring satisfaction, modifying model, eliciting expectation, posing problems, and making meaningful measurement. Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 72-91.
26. Milliman, R. E. (1982). Using background music to affect behavior of supermarket shoppers. *Journal of Marketing*, 46(3), 86-91.
27. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
28. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48.
29. Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer behavior and marketing strategy* (5th ed.). Illinois: Irwin.
30. Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of Academy Marketing Sciences*, 19(3), 223-234.
31. Spreng, R. A. & Mackoy, R. D. (1996). An Empirical Examination for a Model Perceived Serviced Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72, 201-214.
32. Tse, D. K. & Wilton, P. C. (1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 204-212.
33. Ward, S. & Robertson, T. S. (1973). Consumer behavior research: Promise and prospects. In Ward, S. & Robertson, T. S., *Consumer behavior: Theoretical sources*, (pp.3-42). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
34. Yalch, R. & Spangenberg, E. (1990). Effects of store music on shopping behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 7(2), 55-63.

三、網站資料

1. 原住民觀光產業資訊網-產業資訊-北台特色餐廳。取自 <http://visitnative.nat.gov.tw/property/property03List.asp> 下載日期 2005/10/31。
2. T.G.I Friday's-關於Friday's。取自 <http://www.tgifridays.com.tw/main.php?Page=A2> 下載日期 2006/07/13。
3. Hard Rock Caf??Locator。取自 <http://www.hardrock.com/locations/cafes3/locator.aspx> 下載日期 2005/11/08。