

# A Study on Theme Restaurant Customer ' s Perceived Service Quality and Their dining Experience-The Case of Restaurant H.

李佳錚、黃世明

E-mail: 9607397@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

The purposes of this study are to explore theme restaurant if affect customers ' dining experience and the relationship between service quality of the restaurant H and customers ' s dining experience. This research is based on judgmental sampling. The survey was taken at restaurant H. 350 surveys were given and 324 had returned. The Questionnaire information was examined by Descriptive statistic, Reliabilty test, One Way ANOVA, T-test, and Pearson Correlation Analysis to analyze. The analysis results concluded as followings:: 1. The majority of samples was male, 31-41 years old, educated to university level, their marital status were most of single, Their main occupation were service industry and live in midland. 2. The service quality in the customers ' impressions have obvious part of differences based on individual background and customer ' s experience. 3. The dining experience in the customers ' impressions have obvious part of differences based on individual background and customer ' s experience. 4. There was significant positive linear correlation between the service quality of restaurant H and customer ' s dining experience.

Keywords : theme restaurant, service quality, dining experience

## Table of Contents

中文摘要 .....	iii	英文摘要 .....	iv	誌謝辭 .....	v	內容目錄 .....	vi
.....	vi	表目錄 .....	viii	圖目錄 .....	xi	第一章 緒論 .....	1
.....	1	第一節 研究背景與動機 .....	1	第二節 研究目的 .....	3	第三節 研究範圍與對象 .....	3
.....	3	第四節 名詞解釋 .....	5	第二章 文獻回顧 .....	7	第一節 主題餐廳 .....	7
.....	7	第二節 服務品質 .....	10	第三節 休閒體驗與用餐體驗 .....	17	第四節 相關實證研究 .....	21
.....	21	第三章 研究方法 .....	24	第一節 研究架構與假設 .....	24	第二節 問卷設計與操作型定義 .....	25
.....	25	第三節 抽樣設計 .....	32	第四節 資料處理與分析方法 .....	33	第四章 研究結果與資料分析 .....	35
.....	35	第一節 樣本特性分析 .....	35	第二節 驗證假設 .....	44	第五章 結論與建議 .....	84
.....	84	第一節 研究結果摘要 .....	84	第二節 相關建議 .....	98	第三節 研究限制 .....	100
.....	100	參考文獻 .....	101	附錄A 預試問卷 .....	110	附錄B 正試問卷 .....	114

## REFERENCES

1. Barlow, J., & Maul, D. (2000), 情緒時代(董更生譯), 台北:大塊文化, (原文於2000年出版)。
2. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北:華泰, (原文於2001年出版)。
3. Csikszentmihalyi, M. (1990), 快樂從心開始(張定綺譯), 台北:天下, (原文於1990年出版)。
4. Godbey, G. (1994), 休閒遊憩概論:探索生命中的休閒(葉怡矜等譯), 台北:品度, (原文於1984年出版)。
5. Kotler P., & Andreasen, AR. (1987), 行銷管理 亞洲實例(許文雀譯), 台北:華泰, (原文於1987年出版)。
6. Mullen, B., & Johnson, C. (1990), 消費者行為心理學(游恆山譯), 台北:五南, (原文於1990年出版)。
7. Schmitt, B. H. (1999), 體驗行銷(王育英、梁曉鶯譯), 台北:經典 傳訊文化, (原文於1999年出版)。
8. Steven, C. (1997), 後現代文化導論(唐維敏譯), 台北:五南, (原文於1997年出版)。
9. 丁國璽(2003), 影響飯店業服務品質因素之研究, 朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班未出版之碩士論文。
10. 王文科(2002), 教育研究法(6版), 台北:五南。
11. 王淑慧(1998), 產品種類、品牌知名度、參考價格與涉入程度對消費者購買意願的影響, 成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。
12. 王震宇(1996), 休閒體驗中之自由感對休閒活動參與情況之影響, 國立台灣大學森林學研究所未出版之碩士論文。
13. 吳育東(1999), 多變量統計方法應用於行動電話消費者購買行為與滿意度之研究, 成功大學統計學研究所未出版之碩士論文。
14. 吳武忠, 丘中岳(2003), SERVQUAL 服務品質應用之研究 以王品台塑牛排為例, 第八屆餐飲管理學術研討會論文集(pp.35-51), 台北:中國飲食基金會。
15. 吳聰裕(2005), 高雄市健康體適能俱樂部服務品質與會員整體滿意度之研究, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。
16. 李淑任(2005), 咖啡館之休閒體驗與顧客參與之探討 -以台中縣市 咖啡館為例, 大葉大學休閒事業管理研究所碩士未出版之碩士論文。
17. 沈進成, 廖若岑, 周君妍(2005), 遊客體驗、旅遊意象、滿意度與忠誠度影響關係之研究 以華山咖啡為例, 戶外遊憩研究 18(3), 59-79。
18. 周春芳(2006), 創新服務行銷。台北:五南。
19. 林志鈞, 陳苑揚(2001), 中價位自助餐廳之顧客滿意度調查與行銷方式探討以中部某餐廳連鎖為例, 第一屆觀光休閒暨餐旅 21. 產業永續經營研討會(pp.221-232), 高雄:國立高雄餐

旅學院。22.林家伸(2006), 北部地區原住民主題餐廳情境對顧客滿意度之影響, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。23.林靈宏(1994), 消費者行為學, 台北市:五南。24.客家本色(2006), 企業簡介[線上資料], 來源: <http://www.hakkafood.com.tw/about.htm>. [2006, December 14]。25.高秋英, 林玥秀(2004), 餐飲管理 理論與實務, 台北:揚智。26.張宮熊, 林鈺琴(2002), 休閒事業管理, 台北:揚智。27.張敬芝(2003), 網路購物服務品質衡量模式建構之研究, 元智大學 企業管理研究所之未出版之碩士論文。28.梁志隆(2000), 台北大眾捷運系統服務品質與顧客滿意度之研究, 國立中山大學公共事務管理研究所未出版之碩士論文。29.許美瑞(2000), 餐飲行銷倫理與永續經營, 第五屆餐飲管理學術研討會論文集(pp.81-100), 台北:中國飲食基金會。30.郭肇元(2003), 休閒心流經驗、休閒體驗與身心健康之關係探討, 國立政治大學心理研究所未出版之碩士論文。31.陳克銘(2005), 消費者餐廳用餐消費行為之研究 以台北市各商圈為例, 輔仁大學應用統計學研究所未出版之碩士論文。32.陳怡如(2002), 單身女性輔導教師休閒體驗之研究, 國立高雄師範大學輔導研究所未出版之碩士論文。33.陳春壘(2000), 民眾參與藝文活動休閒取向之研究 宜蘭縣, 中國文化大學藝術研究所未出版之碩士論文。34.陳泰山(2003), 藥膳餐廳顧客消費行為之研究 以台中市為例, 靜宜大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。35.陳堯帝(2003), 餐飲管理:重點整理、題庫、解答, 台北:揚智。36.喬正康(2001), 餐旅心理學, 台北:揚智。37.黃瀏英(2002), 主題餐廳設計與管理, 台北:揚智。38.榮泰生(1999), 消費者行為, 台北:五南。39.賴韻代(2007), 酒吧消費者動機與休閒體驗之研究 - 以台中市 Lounge Bar 為例, 大葉大學休閒事業管理研究所之未出版 碩士論文。40.謝靜琪、何岳晉(2000), 經濟全球化發展下臺灣地區服務業的產業與空間結構特性, 經社法制論叢, 29:337-358。41.羅于婷(2006), 夫妻之家庭生命週期、休閒脈絡與其休閒體驗之關係, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部份

- 1.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.
- 2.Bitner, M. J., & Lois, A. M. (1994). Critical service encounter: the employee 's viewpoint. *Journal of Marketing*. 58, 95-106.
- 3.Choi, T. Y., Chu, R. (2001). Determinants of hotel guests ' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry. *Hospitality Management*, 20, 277-297.
- 4.Csikszentmihalyi, M., & LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *Journal of Personality and Social psychology*, 56, 815-822.
- 5.Dabholkar, P A., Dayle, I.T., & Joseph, O. R. (1996), A measure of service quality for retailstores: Scale development and validation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- 6.Gronroos, C. (1980), An applied service marketing theory, *European Journal of Marketing*, 16(7), 30-41.
- 7.Haywood-harmer, J. (1988). A conceptual model of service quality. *International Journal of Operations and Production Management*, 8(6), 19-29.
- 8.Howard, E. A., Tinsley, E. D., & Tindley J. (1986). Department of psychology southern Carbondale: Illinois University.
- 9.Iglesias, M. P., & Guillen, M. J. Y. (2004). Perceived quality and price: their impact on the satisfaction of restaurant *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(6), 373-379.
- 10.Juran, J. M. (1974). *Quality control handbook*. New York: McGraw-Hill, 2-9.
- 11.Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be: Toward a new sociology of leisure*. New York: MacMillan.
- 12.Klara, R. (2001). Familiar themes. *Restaurant Business*, 100(10), 24.
- 13.Lee, Y. (1999). How do individuals experience leisure? *Parks & Recreation*, 34(2), 40-46.
- 14.Lehtinen, U., & Lenhtinen, J. R. (1984), *Service quality: A study of quality dimensions*, unpublished working paper, Helsinki Service Management Institute, Finland.
- 15.Levitt, E. (1972), Production-Line approach to service, *Harvard Business Review*, 50, 41-52.
- 16.Lewis, R. C., & Boom, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality, Quoted in: L. Berry et al, *Emerging Perspectives on Service Marketing*. New York: American Marketing Association.
- 17.Lynette, S. U., & Jerome, B. K. (1983). On the meaning of leisure: An investigation of some determinants of the subjective experience. *The Journal of Consumer Research*, 9(4), 381-392.
- 18.MacLaurin, D. J., & Maclaurin, T. L. (2000) Customer perceptions of Singapore ' s theme restaurants. *The Cornell Hardware Retailers' Association Quarterly*, 41(3), 75-85.
- 19.Mannell, R. (1980). Social psychological techniques and strategies for studying leisure experiences. In S. E. Iso-Ahola (Ed), *Social psychological perspective on leisure and recreation* (pp. 62-88). Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- 20.Marascuilo, L. A., & Levin, J. R. (1983). *Multivariate Statistic in the Social Sciences*. Monterey, California: Brooks/cole.
- 21.Neulinger, J. (1974). *The psychology of leisure*. Springfield, Illinois: Charles C. Thomas.
- 22.Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 18-48.
- 23.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.
- 24.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and assessment of the SERVQUAL scale, *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- 25.Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.
- 26.Sasser, W. E., Olsen, k., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operations*. Michigan:Allyn and Bacon.
- 27.Unger, L. S., & Kernan, J. B., (1983), On the meaning of leisure: An investigatiion of some determinants of the subjective experience. *Journal of Consumer Research*, 9, 381-392.
- 28.Wakefield, K. L., & Baker, J. (1998). Excitement at the mall: Determinants and effects on shopping response. *Journal of Retailing*, 74(4), 515-539.