

量販店顧客再購意願影響因素之研究-以關係慣性為干擾變數

羅敏倫, 蔡明春

企業管理學系

管理學院

mctsai@chu.edu.tw

摘要

本研究利用關係慣性、滿意度、替代者吸引力、轉換障礙來探討影響量販店顧客再購意願之主要因素，並以關係慣性為干擾變數，探討其對滿意度、替代者吸引力、轉換障礙之干擾效果。為達此研究目的，本研究以北部地區常惠顧量販業消費的顧客為研究調查對象，共取得237份有效問卷。資料回收後，利用迴歸分析方法檢定各自變數之直接影響與其關係慣性之干擾效果。研究結果顯示，關係慣性、滿意度、替代者吸引力、轉換障礙對顧客再購意願均具有顯著的影響效果，其中以關係慣性之影響性最高。在干擾效果方面，關係慣性對滿意度、替代者吸引力、轉換障礙均具有干擾效果。此結果顯示關係慣性在量販店顧客的再購意願中扮演著關鍵的角色，如何強化關係慣性為量販店業者經營成功的關鍵因素。

關鍵字：顧客滿意度、關係慣性、轉換障礙、替代者吸引力