

# 南台科技大學

## 餐旅管理系

### 畢業專題報告

#### 整合老街體驗行銷、顧客價值與 重遊意願之關係

指導教授：鄭淑勻 老師

學生：許峻豪 498M0004

詹士緯 498M0016

陳華章 498M0044

黃柄勳 498M0111

陳祥富 498M0112

中華民國 一百零一年 十二月 二十八 日

## 摘要

近年來，由於經濟快速成長，提高了國民消費的購買力。配合政府實施週休二日，休閒時間也大幅增加，國民對休閒品質的要求也日益提昇。近年來遊客的消費認知從過去的理性判斷，已轉換成情感上的需求，願意付更多的金額獲得更好的服務及品質，以滿足心理上的需求，遊客的體驗行銷感受讓店家越來越重視，成為店家在眾多競爭者勝出的原因之一。

本研究採用問卷調查法，以九份、鹿港與安平為對象，並以便利取樣方式施測，共獲得有效樣本 300 份，依研究假設之需以描述性統計、獨立樣本  $t$  檢定、單因子變異數分析與相關分析進行資料分析。研究結果顯示，老街遊客之不同背景與體驗行銷、顧客價值及重遊意願均達部分成立，而遊客對老街之體驗行銷與顧客價值變項間有正向相關；遊客對老街之體驗行銷與重遊意願變項間有正向相關；遊客對老街之顧客價值與重遊意願變項間有正向相關。本研究透過研究結果提出相關建議，以供老街未來發展及研究者參考，期望有效提升老街上的觀光。

關鍵字：體驗行銷、顧客價值、重遊意願