

探討場所依附和再次消費的關聯 —以Starbucks為例



明志科技大學經營管理系四年級

指導老師：林裕勛老師

報告學生：丁子恩、陳佩君、陳佩瑾、黃于庭、黃沛淇、黃怡禎

研究動機：

了解消費者對星巴克之場所依附、服務品質、再次消費、涉入及知覺價值之關聯。

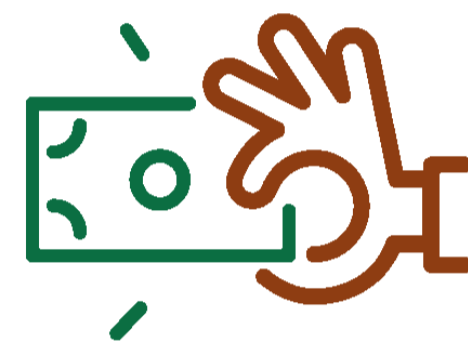
研究目的：



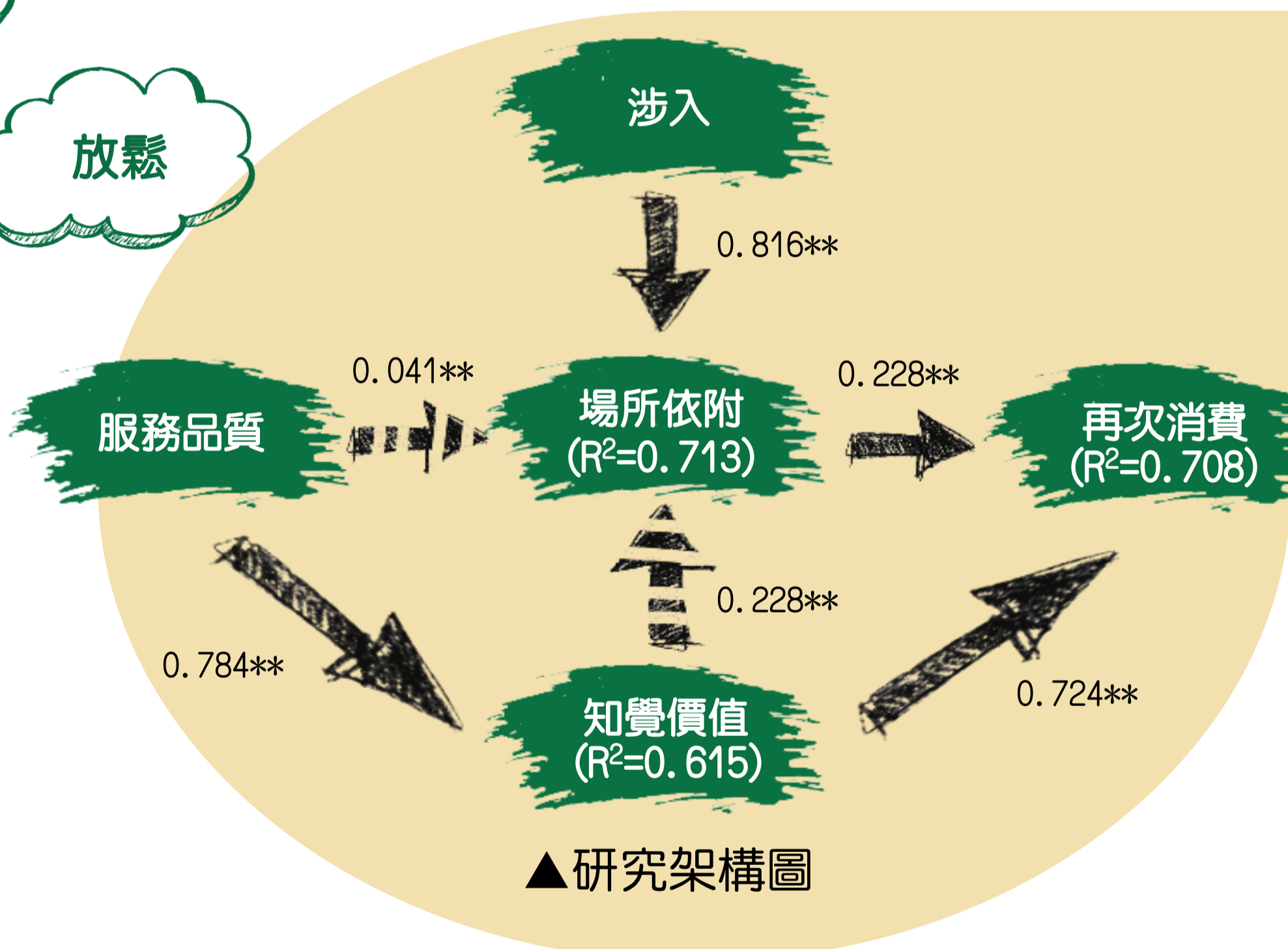
星巴克



場所依附



再次消費



結論建議：

- 增加促銷活動：針對各族群設計不同的促銷活動。
- 因地制宜裝潢設計：依照當地文化與客群，分類場所空間。
- 增強與消費者連結：
 - (1) 員工與顧客之互動
 - (2) 善盡企業社會責任(4月全球社區服務月)
 - (3) 規劃社區國高中生讀書空間
 - (4) 特定地區之毛小孩友善專區