

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

星巴克忠誠度調查

學生：吳宸辰

指導老師：陳永琦老師

中華民國一百零六年十二月

# 摘要

由於近年的咖啡廳逐年的增加，但是為什麼星巴克還是可以以高價位的行銷手法來經營受外界的價格所影響的咖啡廳？除了提供美味餐點、舒適的用餐環境和親切的服務態度之外，還有如何讓來店消費人數多，也是業者關心議題。

本研究以星巴克為研究對象，利用忠誠度來分析來了解星巴克，以利我們做進一步的探討。我們透過網路問卷方式為星巴克進行研究，本研究首先透過問卷調查星巴克顧客的忠誠度，會去消費購買的民眾，希望了解顧客的忠誠程度，而問卷結果顯示只有少數的人會去消費，因此本研究開始探討，並朝此方向做詳細說明。本研究歸納出以下結論：

1. 價格太高導致民眾不願購買星巴克產品
2. 僅有極少數的人認同星巴克的高價位

關鍵詞：星巴克、忠誠度