

[首页](#)[概况](#)[研究机构](#)[学者介绍](#)[成果文库](#)[文献数据](#)[培训教育](#)[对外交流](#)

Search the Web

Find It

□ 您的位置： [首页](#) → [数技经济研究杂志](#) → [现实经济问题研究](#)

## 间断性服务业顾客忠诚维度及其影响因素

**【摘要】**本文以餐饮业为实证对象，对间断性服务业的顾客忠诚问题进行研究与讨论。结果表明，间断性服务业的顾客忠诚可用认知忠诚、情感忠诚和行为忠诚三个维度来刻画，且三个维度之间存在因果关系；影响间断性服务业顾客忠诚的主要因素以及影响程度从大到小依次是顾客满意、服务质量和感知价值；各影响因素对顾客忠诚各维度的影响机理与程度各不相同。并由此得出提升顾客忠诚的若干管理启示，最后指出了进一步研究的方向。

关键词 间断性服务业 顾客忠诚 影响因素 实证分析

地址：北京市建国门内大街5号 邮政编码：100732 电话及传真：010-65125895、010-65137561

版权所有 (c) 中国社会科学院数量经济与技术经济研究所

联系我们 E-mail to: [iqte@cass.org.cn](mailto:iqte@cass.org.cn)