

參考文獻

壹、中文部分

1. 小雯子 (1998), 臺中咖啡館. 茶店革新版。台北市: 三久。
2. 孔繁毅 (1998), 咖啡館·茶店. 臺北版。台北市: 三久。
3. 孔繁毅 (1998), 咖啡館·茶店續集. 臺北版。台北市: 三久。
4. 日本飲食開業經營支援中心 (2004), 餐飲店的現場服務 (初版) (丁小艾譯)。台北: 中國生產力中心。
5. 王秀瑩 (2000)。咖啡連鎖店市場區隔及其消費行為之研究。國立東華大學企業管理學研究所碩士論文。
6. 王茂晃 (2000), 連鎖書局消費者購買行為之研究—以台北市兩大連鎖書局為例, 國立東華大學企業管理學系碩士班碩士論文。
7. 李青芳 (2001), 消費者對有機餐廳的態度與需求之研究, 中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文。
8. 李孟陵 (2002), 消費者滿意度、涉入程度對其忠誠度影響之研究--以台北市咖啡連鎖店為例。國立交通大學管理科學系。
9. 范增平 (1992)。台灣茶葉發展史。台北市茶葉同業公會。
10. 范增平 (2000)。茶藝學。萬卷樓圖書有限公司。
11. 范增平 (2004年4月10日)。台灣的茶藝及其發展。國立台灣高雄餐旅學院第二梯次提昇大學基礎教育計畫-「中華茶文化研討會」專題演講。取自中華茶文化學會網頁：<http://www.fans-tea.com/tportal/contentdt.aspx?t=2&cid=126>
12. 林良振 (1999), 咖啡使用度及產品涉入程度對咖啡店知覺的影響—以台北市連鎖咖啡店為例, 長庚大學管理學研究所企管組碩士論文。
13. 林欣玫 (2005), 遊憩產業遊客之體驗與滿意度之關聯性研究, 朝陽科技大學企業管理系碩士論文。
14. 林政萩 (2004), 內灣鐵道旅遊特色吸引力、遊客滿意度與重遊意願之研究, 逢甲大學建築及都市計劃研究所碩士論文。
15. 林宗民 (2005), 連鎖餐飲業之商店印象與顧客忠誠度關係之研究, 國立嘉義大學休閒事業管理研究所碩士論文。
16. 林吟春 (2000), 咖啡連鎖店消費者行為之研究-以台北市咖啡連鎖店為例, 輔仁大學應用統計研究所碩士論文。
17. 邱皓政 (2006)。量化研究法 (二): 統計原理與分析技術-SPSS 中文視窗版操作實務解析。台北市: 雙葉書廊。
18. 邱皓政 (2007)。量化研究與統計分析: SPSS 中文視窗版資料分析範例解析 (第三版)。台北市: 五南。
19. 周國忠 (2001), 消費者用餐需求與餐館選擇之研究, 真理大學管理科學研究所碩士論文。

20. 周濤 (2001)。休閒餐飲業的現狀分析及行銷對策。華東經濟管理，第 15 卷第 6 期，P111-P113。
21. 尹岩 (2001 年 04 月 08 日)。休閒餐飲商機來臨。中國食品報，第 001 版。
22. 吳彥柏、林芳如 (2004)。用泡沫紅茶館、咖啡館創造新富時代—成功開店致富餐點教學指南。台北市；出版菊文化。
23. 吳翰儒 (2005)，商店印象、生活型態對消費者決策過程之研究-以水族商品為例，國立台北大學企業管理學系碩士論文。
24. 姚國坤、朱紅櫻、姚作為 (2004)，學會中國飲茶習俗的第一本書，宇河文化出版有限公司。
25. 留佳敏 (2005)，國內茶藝館的體驗營造，輔仁大學管理學研究所碩士論文。
26. 莊佳欣 (2002)，台北市咖啡連鎖店消費者行為之研究，國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
27. 連育正 (1999)，青少年消費型態與消費空間關係之研究-以西門町為例，中原大學室內設計學系碩士論文。
28. 許甄玲 (2005)，遊憩消費者的知覺服務品質、滿意度與口碑、再購意圖關係之研究，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。
29. 徐傳宏 (2000)，茶坊。北京：農村讀物出版社。
30. 徐仁全 (2006)，台灣奶茶 逼星巴克推茶飲料應戰，今周刊 第 473 期。
31. 陳文麗 (2003)，空間印象、生活型態與忠誠度關係之研究：以星巴克為例，中原大學室內設計學系碩士學位論文。
32. 陳明分 (1991)，顧客商店印象之研究—以台南地區良美、東帝士及遠東百貨公司為例，中山大學企業管理研究所碩士論文。
33. 陳雅如 (2005)，產品屬性與生活型態影響消費者購買決策之研究—以寢具用品為例，大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。
34. 陳建民 (2004)，服務便利性與服務品質對顧客滿意度(以顧客再回修意願為指標)之研究 —以維修服務委外為例，銘傳大學資訊管理學系碩士在職專班碩士論文。
35. 陳家祥、嚴秀茹、呂湘南、許翠谷 (2003)，商店印象與顧客忠誠度之研究 - 以大台北區百貨公司為例，中華管理評論國際學報，Vol. 6, No.6, P156-177。
36. 覃士剛 (2004)，連鎖便利商店商品預購成功要素之研究，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。
37. 張凱智 (1997)。消費者對速食連鎖餐廳認知與偏好之研究。觀光研究學報。第一期，頁 15-24。
38. 葉佳宜 (2002)，大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究，國立交通大學管理科學系碩士論文。
39. 黃孟華 (2002)，新茶店仔傳奇。台北市：棋碁文化。
40. 黃孟華 (2003)，開茶店 Tea Shop-成功茶店的 7 個秘訣、11 個範例，初版一刷，上旗文化事業股份有限公司。

- 41.黃俊誌、謝忠恆（2004），飲茶空間思維，啜墨看茶--2004 茶與藝國際學術研討會論文集。國立台灣藝術大學。
- 42.楊慕華（2003），個性咖啡店顧客之商店印象、綜合態度與忠誠度關係研究，中原大學室內設計學系碩士學位論文。
- 43.楊世瑩（2007）。SPSS 統計分析實務。台北市：旗標。
- 44.楊潤君（2005），都會區複合式餐飲業吸引力之研究—以台中市主要複合式餐飲業為例，南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文。
- 45.蔡德忠（2003），商店印象、顧客滿意度與商店忠誠度之實證研究---以醫療用品店為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。
- 46.蔡闌（2005年05月12日）。方興未艾的休閒餐飲。每日商報。取自：浙江線上新聞：<http://zjrelax.zjol.com.cn/05zjrelax/system/2005/05/12/006109951.shtml>
- 47.蔡雅杏（2006），茶藝新空間—建築台中都會生活美學之研究，南華大學環境與藝術研究所碩士論文。
- 48.數位人編輯室（2006），人氣店裝修技巧，初版。台北縣中和市：數位人資訊。
- 49.數位人編輯室（2006），創意行銷專門店，初版。台北縣中和市：數位人資訊。
- 50.榮泰生（2006），SPSS 與研究方法。台北市：五南。
- 51.劉炎旗（1992），商店印象與行銷策略之研究—以量飯店與連鎖便利商店為實證。政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 52.劉仁和（2005），百貨公司空間形象定位研究，中原大學室內設計學系碩士論文。
- 53.鄭燮林（2005），休閒餐飲的休閒路。中國食品，22期。
- 54.謝曙羽（1998），臺中版咖啡館。茶店續集。台北市：三久。
- 55.蕭晴宜（2002），咖啡連鎖店業者與消費者商店形象認知之比較研究—以台北縣市為例，淡江大學國際貿易學系研究所碩士論文。

貳、英文部分

1. Anastasi, A. (1982) *Psychological Testing* (5th ed). New York: Macmillan.
2. Anderson, Eugene W. and Mary W. Sullivan (1993), "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms", *Marketing Science*, Vol.12, pp.125-143.
3. Arnold, D. R., L. M. Capella and G. D. Smith (1983), *Strategic Retail Management*, M.A. : Addison-Wesley.
4. Assael, Henry(1995), *Consumer Behavior and Marketing Action*. Ohio : South-Western College Publishing.
5. Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D. & Voss, G. B. (2002), "The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions", *Journal of Marketing*, 66(April), pp.120-141.

6. Backer, J., 1987, "The Role of the Environment in Marketing Services: The Consumer Perspective", *Journal of Retailing*, Vol.67,(Winter), pp.1-8.
7. Bellenger, D. N. and J. L. Goldstucker (1983) , *Retailing Basics* , Illinois : Richard D. Irwin , pp. 58-71.
8. Berman, B. and J. R. Evans (1995) , *Retail Management—A Strategic Approach* , 6 th ed. , N.J. : Prentice-Hall.
9. Bhote, Keki R. (1996), *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty- The Key To Great Profitability*, American Management Association, New York,pp.31.
10. Bitnet, M. J., 1990, "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, Vol.54,pp.69-82.
11. Cardozo, R.N. , 1965, An Experimental Study of Customer Effort,Expectation and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, Vol. 2, August, pp. 244-249.
12. Del. I. Hawkins, Roger J. Best and Kenneth A. Coney, *Consumer Behavior: Implication For Marketing Strategy*, 6th ed, Irwin, Inc., 1995, p.2-24, p.28, p.488-490.
13. Engel, J. F., P. W. Miniard, and R. D. Blackwell (1995), "Consumer Behavior", 8th ed., New York: The Dryden Press.
14. James F. Engel. Roger D. Blackwell & David T. Kollat (1982), *Consumer Behavior* , 4th ed., Chicago : Dryden press, p.189.
15. John A. M. & John C. J.(1977) .Importance-Perforance Analysis. *Journal of Marketing*, 77-79.
16. Jones, T. O., & Sasser Jr., W. E., (1995) "Why Satisfied Customers Defect," *Harvard Business Review*, Vol. 76, No.6, pp. 88-99.
17. Josee, B. & Ko, D. R. (1998) . On the Relationship between Store image, Store satisfaction and Store loyalty. *European Journal of Marketing*, 32, 499-504.
18. Kotler, P. (1991),*Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control* , 7th ed , Prentice-Hall Inc.
19. Kotler, P., (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control*. New York : Prentice-Hall.
20. Koo, M. D. (2003) . Inter-relationships among Store images, Store satisfaction, and Store Loyalty among Korea Discourt Retail Patrons. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 15(4) , 42-71.
21. Laurette Dube, Leo M. Renaghan and Jane M. Miller(1994), "Measuring Customer Satisfaction for Strategic Management," *The Cornell H.R.A Quarterly*, February, pp.39-47.
22. Lazer, William.(1963), *Life Style Concept and Marketing*, Proceedings of the American Marketing Association, pp.130-139.

23. Martineau, P. (1958), "The personality of the retail store.", *Harvard Business Review*, 36, PP.47-55.
24. Mitchell, V. W. (2001), "Re-conceptualizing Consumer Store Image Processing Using Perceived Risk", *Journal of Business Research*, 54, pp.167-172.
25. Monroe, K. B. and J. P. Guitinan (1975) , "A Path-Analytic Exploration of Retail Patronage Influences" , *Journal of Consumer Research* , (June) Vol. 2(1) , pp. 19-28.
26. Neal, William D. (1999), "Satisfaction is Nice, But Value Drives Loyalty", *Marketing Research*, Vol. 11, pp. 21-23
27. Oh, H., (1999) "Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective," *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 8, pp. 67-82.
28. Oliver, R.L., 1981, Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, *Journal of Retailing*, pp. 25-48.
29. Oliver, Richard L., R. T. Rust and S. Varki (1997), "Customer Delight : Foundations Findings and Managerial Insight", *Journal of Retailing*, Vol.73, pp.311-336.
30. Oliver, R.L., 1999, Whence Consumer Loyalty ? , *Journal of Marketing*, Vol. 63, pp. 33- 44.
31. Oskamp, S. (1977) Attitudes and Opinions. In R. Lazarus 9 BBB(Ed.), *Clinical and Social Psychology Series*. Englewood cliffs, N. J.: Prentice Hall.
32. Plummer, J.T. (1974), "The Concept and Application of Life-Style Segmentation.", *Journal of Marketing*, 38(1), PP.33-74.
33. Prus, A., & Brandt, D. R., (1995) "Understanding Your Customers," *Marketing Tools*, Jul-Aug., pp. 10-14 .
34. Reichheld, F.F., 1996, Learning from customer defections, *Harvard Business Review*, Vol.74, pp.56-67, Mar/April, Boston.
35. Reynolds, F.D. & Darden W.R.(1974), "Construing Life Styles and Psychographics. ", *Life Styles and Psychographics*, Chicago: American Marketing Assn.,PP.71-95.
36. Reynolds, F. D., W. R. Darden and W. Martin (1974), " Developing An Image the Store-Loyal Customer", *Journal of Retailing*, Vol.50, No.4, pp.73-84.
37. Rokeach, M. (1968) *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change*. San Francisco: Jossey-Bass.
38. Understanding Customer Delight and Outrage, *Sloan Management Review*, Vol.41, Fall, pp. 35-46.
39. Spiggle, S. and M. A. Sewall (1987) , "A Choice Sets Model of Retail Selection" , *Journal of Marketing* , (April) Vol. 51(2) , p. 98.

40. Stephenson, P. R. (1969), "Identifying Determinants of Retail Patronage," *Journal of Marketing*, Vol.33, July, pp.57-61.
41. Thang, D. C. L. & Tan, B. L. B. (2003), "Linking consumer perception to preference of retailing stores: an empirical assessment of the multi-attributes of store image", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10, pp. 193-200.
42. Wells, W.D. & Tigert, D. J. (1971), "Activities, Interest, Opinions", *Journal of Advertising Research*, 11(4), pp.27-35.
43. Woodside, A. G., Frey, L. L. & Daly, R. T. (1989). Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions. *Journal of Health Care Marketing*, 9, 5-17.
44. Zimbardo, P. G. (1988) *Psychological and Life* (12th ed). Stanford, CA: Harper Collins.

