

## 摘要

許多的研究已指出滿意度與信任是顧客購買行為的決定性因素，然而，滿意度、信任、顧客購買行為間的關係卻不如預期中的單純。本研究首先檢驗決策不確定性對於滿意度、信任、顧客購買行為間的干擾效果，再檢驗決策不確定性對於信任與顧客購買行為的中介效果，亦即透過決策不確定性的干擾及中介模式，從中了解有關兩種模式如何同時運作。結果顯示所有的假設皆獲得支持，最後以討論，管理意涵及未來研究方向作為總結。

關鍵詞: 滿意度，信任，決策不確定性，顧客購買行為