

L'importance de la satisfaction dans le processus de décision du choix d'un restaurant de type fast-food en contexte concurrentiel de Centre commercial

Philippe Gervais
30008485

RÉSUMÉ

L'étude que nous présentons touche la satisfaction dans le processus de décision du choix d'un restaurant de type fast-food dans un environnement d'aire de restauration de centre commercial.

Nous avons sondé 766 consommateurs provenant de deux aires de restauration de centre commercial du Québec. La première est située à Trois-Rivières et la seconde à Ste-Foy.

Parmi les découvertes que nous avons faites, notons que les caractéristiques sociodémographiques n'ont que très peu d'influence sur la décision d'achat et sur la satisfaction qui en résulte en contexte de restauration rapide dans les aires de restauration. Ce sont davantage les contraintes et les expériences antécédentes qui influencent le consommateur dans son choix. Les indicateurs majeurs dans le processus d'évaluation de la satisfaction concernent avant tout les restaurants et plus particulièrement l'assiette du consommateur. À ce titre, nous retrouvons entre autre la qualité des aliments, le choix offert et la fraîcheur des aliments. Il en ressort donc que l'aire de restauration joue plutôt un rôle de soutien aux restaurants présents. Toutefois, l'aire de restauration constitue un pôle d'attraction de grande valeur pour le consommateur. En effet, celle-ci est considérée comme une valeur circonstancielle qui représente l'utilité perçue du service où le consommateur est soit pressé par le temps ou soit en désaccord avec l'idée de quitter le centre commercial pour y revenir après son repas, l'aire de restauration devient une solution. Près de 90% des répondants sont des magasiniers ou des travailleurs du centre commercial.