

品田牧場與芝麻柚子  
顧客滿意度調查之研究

指導老師：郭莎玲 老師

專 題 製 作

學生：國五 A 呂翌慈 978004

國五 A 劉欣宜 978008

國五 A 王維君 978011

國五 A 黃馨芸 978014

大華技科大學商務與觀光企劃系  
**Department of Business and Tourism Planning**  
**TA HWA University of Science and Technology**

中 華 民 國 101 年

# 大華技科大學商務與觀光企劃系

國五 A 呂翌慈 978004

國五 A 劉欣宜 978008

國五 A 王維君 978011 等所撰之專題製作

國五 A 黃馨芸 978014

## 品田牧場與芝麻柚子 顧客滿意度調查之研究

業經本委員會審議通過

指導老師：\_\_\_\_\_

商務與觀光企劃系主任：\_\_\_\_\_

中華民國 101 年

## 謝辭

本專題得以順利完成，首先要感謝指導老師郭莎玲老師的用心指導，從專題的方向到專題的題目的訂定，不時的給予殷切的指導與修正，過程中遇到瓶頸時為我們再講解，讓我們了解問題所在，並且在專題期間從旁督促我們輔導我們，因此專題能夠順利如期完成，我們由衷的感謝老師。

專題研究過程中，感謝組員在遭遇困難時，都會一同想辦法解決互相扶持、互相勉勵，促使專題能如期順利完成。組員目標一致使得進度相當順利，雖然過程中有許多爭執，但也因郭莎玲老師在一旁的叮嚀與關注，使得這次專題製作讓大家成長許多。

呂翌慈、劉欣宜、王維君、黃馨芸 謹誌於

大華技科大學商務與觀光企劃系

中華民國 101 年

## 摘要

近年來日式料理越來越受關注，我們選擇王品集團旗下的品田牧場與鶴頂紅旗下餐廳芝麻柚子，作為研究對象，其原因是兩者皆已日式料理中的炸豬排為主要產品，且都是以連鎖店的方式來經營。另一方面是因為炸豬排較吸引年輕族群、裝潢氣氛、服務深受顧客喜愛，這是我們選擇這兩家的第二個主要原因。本專題以日式炸豬排為研究方向，主要以問卷方式訪問品田牧場與芝麻柚子的消費者，以了解其滿意度的差異。本組採便利抽樣法以 **mysurvey** 做網路問卷調查，共收回有效問卷 200 份。

問卷分析後得到下列幾項：

第一次享用此產品的顧客較多，消費動機較多家庭聚餐且消費族群偏向 20~30 歲之間而其中消費顧客性別以女性較多，比例還說綜合滿意度以女性評價較高，而用餐動機以朋友聚餐人數最多，兩間服務態度都讓消費者相當喜愛，問卷調查中，消費者感到用餐價格偏高以及用餐種類偏少，希望業者能夠做個調整。

# 目 錄

## 第一章 簡介

第一節 品田牧場&芝麻柚子簡介

第二節 品田牧場&芝麻柚子問卷調查

第三節 品田牧場&芝麻柚子基本資料

## 第二章 品田牧場消費動機

第一節 消費者至品田牧場消費動機人數統計

第二節 品田牧場消費者職業人數統計表

第三節 品田牧場消費頻率人數統計表

## 第三章 芝麻柚子消費動機

第一節 消費者至芝麻柚子消費動機人數統計

第二節 芝麻柚子消費者職業人數統計表

第三節 芝麻柚子消費者頻率人數統計表

## 第四章 次數分析

第一節 品田牧場次數分析

第二節 芝麻柚子次數分析

第三節 品田牧場消費建議

第四節 芝麻柚子消費建議

## 第五章 卡方分析

第一節 品田牧場卡方分析

第二節 品田牧場期望值

第三節 芝麻柚子卡方分析

第四節 芝麻柚子期望值

## 第六章 結論

第一節 品田牧場&芝麻柚子結論

# 第一章 簡介

## 第一節

### 品田牧場簡介

1984 年，蕭文傑（品田牧場現任總經理）遠赴日本東京學習餐飲經營。20 年後，蕭文傑為了創立平價品牌，又再度到日本考察，於東京意外看見當年駐足過的炸豬排店。當晚，便帶著家人一同前往，從點餐、吃飯到用畢，發現每個人的臉上都呈現滿足的表情。餐後，他問家人有什麼感覺，小女兒回答說：「爸爸，我覺得吃日式炸豬排，有一種幸福的感覺哦！」。

「品田牧場」是王品集團旗下第一支平價品牌，於 2006 年 7 月開始籌備，並於 2007 年 4 月推出第一家店—南京東店，主打商品為日式炸豬排。這個品牌從概念發想，到實際營運細節的擬定，完全是由現任總經理蕭文傑帶領團隊逐步完成的。目前台灣已開設五家品田牧場分店。

## 芝麻柚子簡介

本店為販售各式日式豬排&創意豬排專賣店，專賣嚴選豬排套餐、特製豬排、酥炸鮮蝦、手工漢堡排、商業午餐...等套餐。除了有正統日式豬排為店裡招牌特色外，還有具有創意性菜色、精緻的空間、高品質的服務、平價但卻奢華作為出發點，希望讓您感受到好吃豬排的幸福。

主打日式豬排套餐的芝麻柚子，店內打造成日式傳統風格，讓客人彷彿是在日本土地上品嚐道地的日式套餐。店家無限地供應前菜，有高麗菜絲、新鮮洋蔥和羅美生菜。品嚐前再倒入特調的和風醬汁，吃起來甘甜甘甜，讓人食慾大開。而主角豬排可選擇部位，有腰內肉與里肌肉之分。腰內肉較為軟嫩，而里肌肉則韌性較高。來這家店的另外一項樂趣是，服務生會送上芝麻讓客人自行調配沾醬。在等待餐點時修心養性一番。

## 第二節 品田牧場&芝麻柚子問卷調查

(品田牧場問卷調查表)

親愛的受訪者您好：

我們是大華科技大學的學生，我們正在做一份問卷調查要研究品田牧場，感謝您填寫這份問卷，我們將採用不記名問卷，資料決不外洩，此問卷是為了課程需要。

1. 消費者性別性別

男  女

2. 消費者年齡

20歲以下  20-30歲  30-40歲  40歲以上

3. 消費者收入

10,000元以下  10,000~20,000元  20,000~30,000元  30,000元以上

4. 消費者職業

學生  上班族  軍公教  家庭主婦

5. 消費者至品田牧場之消費動機

一般用餐  洽商  同學聚會  一般聚餐  慶生

6. 品田牧場消費者消費頻率

每週消費  每月消費  2~3月消費  半年消費  第一次消費

7. 品田牧場餐點口味滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

8. 品田牧場上餐速度滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

9. 品田牧場環境衛生滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

10. 品田牧場空間舒適(佈置)滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

11. 品田牧場服務態度滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

12. 品田牧場餐點價格滿意度

非常滿意  滿意  普通  不滿意

13. 消費者建議(複選)

希望品田牧場增加餐點種類  加強環境衛生  提高空間舒適度  
 改善服務人員品質  降低價格



(芝麻柚子問卷調查表)

親愛的受訪者您好：

我們是大華科技大學的學生，我們正在做一份問卷調查要研究芝麻柚子，感謝您填寫這份問卷，我們將採用不記名問卷，資料決不外洩，此問卷是為了課程需要。

1. 消費者性別性別  
 男  女
2. 消費者年齡  
 20 歲以下  20-30 歲  30-40 歲  40 歲以上
3. 消費者職業  
 學生  上班族  軍公教  家庭主婦
4. 消費者收入  
 10,000 元以下  10,000~20,000 元  20,000~30,000 元  
 30,000 元以上
5. 芝麻柚子消費者消費頻率  
 每週消費  每月消費  2~3 月消費  半年消費  
 第一次消費
6. 消費者至芝麻柚子之消費動機  
 一般用餐  洽商  同學聚會  一般聚餐  慶生
7. 消費者建議(複選)  
 希望芝麻柚子增加餐點種類  加強環境衛生  提高空間舒適度  
 改善服務人員品質  降低價格

	非常滿意	滿意	普通	差
1. 工作人員的待客態度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 工作人員的笑臉和精神	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 料理的上菜速度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 料理的美味	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 料理的價格和份量	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 本店的清潔度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 綜合的滿意度	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第三節 品田牧場基本資料

### 品田牧場基本資料比例

#### (1)消費者性別性別

1. 男 44%
2. 女 56%

#### (2)消費者年齡

1. 20 歲以下 34%
2. 20-30 歲 34%
3. 30-40 歲 16%
4. 40 歲以上 16%

#### (3) 消費者收入

1. 10,000 元以下 32%
2. 10,000~20,000 元 22%
3. 20,000~30,000 元 33%
4. 30,000 元以上 13%

#### (4)消費者職業

1. 學生 39%
2. 上班族 46%
3. 軍公教 5%
4. 家庭主婦 10%

#### (5)消費者之消費動機

1. 一般用餐 49%
2. 洽商 4%
3. 同學聚會 14%
4. 親友聚餐 21%
5. 慶生 12%

#### (6)消費者之消費頻率

1. 每週消費 3%
2. 每月消費 8%
3. 2~3 月消費 23%
4. 半年消費 39%
5. 第一次消費 27%

#### (7)餐點口味滿意度

1. 非常滿意 28%
2. 滿意 57%
3. 普通 14%
4. 不滿意 1%

#### (8)上餐速度滿意度

1. 非常滿意 28%
2. 滿意 55%
3. 普通 15%
4. 不滿意 2%

#### (9)環境衛生滿意度

1. 非常滿意 27%
2. 滿意 56%
3. 普通 15%
4. 不滿意 2%

#### (10)空間舒適(佈置)滿意度

1. 非常滿意 31%
2. 滿意 45%
3. 普通 23%
4. 不滿意 1%

#### (11)服務態度滿意度

1. 非常滿意 41%
2. 滿意 45%
3. 普通 12%
4. 不滿意 2%

#### (12)餐點價格滿意度

1. 非常滿意 20%
2. 滿意 52%
3. 普通 26%
4. 不滿意 2%

#### (13)消費者建議(複選)

1. 希望品田牧場增加餐點種類 30%
2. 加強環境衛生 4%
3. 提高空間舒適度 11%
4. 改善服務人員品質 2%
5. 降低價格 20%

## 芝麻柚子基本資料比例

### (1)工作人員的待客態度

1. 非常滿意 11%
2. 滿意 56%
3. 普通 31%
4. 差 2%

### (2)工作人員的笑臉和精神

1. 非常滿意 8%
2. 滿意 44%
3. 普通 44%
4. 差 4%

### (3)料理的上菜速度

1. 非常滿意 10%
2. 滿意 40%
3. 普通 48%
4. 差 2%

### (4)料理的美味

1. 非常滿意 7%
2. 滿意 63%
3. 普通 28%
4. 差 2%

### (5)料理的價格和份量

1. 非常滿意 11%
2. 滿意 54%
3. 普通 34%
4. 差 1%

### (6)本店的清潔度

1. 非常滿意 7%
2. 滿意 62%
3. 普通 29%
4. 差 2%

### (7)綜合的滿意度

1. 非常滿意 11%
2. 滿意 57%
3. 普通 30%
4. 差 2%

### (8)消費者性別

1. 先生 43%
2. 女士 57%

### (9)消費者年齡

1. 20歲以下 24%
2. 20~30歲 33%
3. 30~40歲 34%
4. 40歲以上 9%

### (10)消費者職業

1. 學生 37%
2. 上班族 48%
3. 軍公教 7%
4. 家庭主婦 8%

### (11)消費者月收入

1. 10,000以下 21%
2. 10,000~20,000 18%
3. 20,000~30,000 38%
4. 30,000以上 23%

### (12)-消費平頻率

1. 每週消費 1%
2. 每月消費 3%
3. 2~3月消費 11%
4. 半年消費 39%
5. 第一次消費 46%

### (13)今日來本店契機

1. 慶生 4%
2. 約會 11%
3. 家庭聚餐 21%
4. 一般用餐 26%
5. 洽商 6%
6. 朋友聚餐 32%

### (14)對於本店需要改進哪些

1. 增加餐點種類 11%
2. 加強環境衛生 2%
3. 提高空間舒適度 4%
4. 改善服務人員品質 3%
5. 降低價格 11%

## 第二章 消費者消費動機

### 第一節 消費者至品田牧場人數統計

消費者至品田牧場的消費動機之人數統計表

消費的動機	人數	百分比%
一般用餐	49	49%
洽商	4	4%
同學聚會	14	14%
親友聚餐	21	21%
慶生	12	12%

(樣本數 100)

消費者至品田牧場的消費動機已一般用餐佔最多，其中人數為 49 人，佔一百份問卷之中的 49%；其次為親友聚餐，人數為 21 人，百分比為 21%；而消費動機最少的為洽商，人數只有 4 人，百分比為 4%。

## 第二節 消費者至品田牧場職業人數統計表

至品田牧場用餐之消費者職業人數統計表

消費者職業	人數	百分比%
學生	39	39%
上班族	46	46%
軍公教	5	5%
家庭主婦	10	10%

(樣本數 100)

品田牧場的消費者職業以上班族較多，人數為 46 人，佔一百份問卷之中的 46%；其次是學生，人數為 39 人，百分比為 39%；職業最少為軍公教，人數為 5 人，百分比為 5%。

### 第三節 消費者至品田牧場消費頻率

消費者至品田牧場的消費頻率之人數統計表

消費頻率	人數	百分比%
每週消費	3	3%
每月消費	8	8%
2~3 月消費	23	23%
半年消費	39	39%
第一次消費	27	27%

(樣本數 100)

消費者至品田牧場消費頻率，以半年消費一次的頻率最高，人數為 39 人，佔一百份問卷之中的 39%；而第一次消費的比例次多，人數為 27 人，百分比為 27%；每週消費的比例最少，人數為 3 人，百分比為 3%。

### 第三章 芝麻柚子消費動機

#### 第一節 消費者至芝麻柚子消費動機人數統計

消費者至芝麻柚子的消費動機之人數統計表

消費動機	人數	百分比%
慶生	4	4%
約會	11	11%
家庭聚餐	21	21%
一般用餐	26	26%
洽商	6	6%
朋友聚餐	32	32%

(樣本數 100)

消費者至芝麻柚子的消費動機為朋友聚餐較高，人數為 32 人，佔一百份問卷之中的 32%；一般用餐為次多，人數為 26 人，百分比為 26%；而慶生的比例為最低，人數為 4 人，百分比為 4%。

## 第二節 芝麻柚子消費者職業人數統計

至芝麻柚子用餐之消費者職業人數統計表

消費者職業	人數	百分比%
學生	37	37%
上班族	48	48%
軍公教	7	7%
家庭主婦	8	8%

(樣本數 100)

至芝麻柚子用餐之消費者職業，其中以上班族佔的比例較高共有 48 人，佔一百份問卷之中的 48%；其次是學生，人數有 37 人，百分比為 37%；而最少職業消費為軍公教與家庭主婦。



### 第三節 芝麻柚子消費者頻率人數統計表

消費者至芝麻柚子的消費頻率之人數統計表

消費平頻率	人數	百分比%
每週消費	1	1%
每月消費	3	3%
2~3 月消費	11	11%
半年消費	39	39%
第一次消費	46	46%

(樣本數 100)

消費者至芝麻柚子消費頻率，以第一次的頻率最高，人數為 46 人，佔一百份問卷之中的 46%，而半年消費的比例次多，人數為 39 人，百分比為 39%，每週消費的比例最少。

## 第四章 次數分析

### 第一節 品田牧場次數分析

#### 品田牧場的次數分析說明

- 1.消費頻率為半年一次較高，消費年齡 20~30 之間較多。
- 2.消費者性別以女性較多，餐點口味滿意度女性較為滿意。
- 3.消費者性別以女性較多，餐點價格滿意度女性滿意度較高。

### 第二節 芝麻柚子次數分析

#### 芝麻柚子的次數分析說明

- 1.消費者年齡為 20~30 歲較多，頻率以第一次消費比率較高。
- 2.料理美味以女性評價較高，消費者性別也以女性較多。
- 3.綜合滿意度以女性評價較多，消費者性別也以女性較多。

### 第三節 品田牧場消費建議

#### 消費者至品田牧場的消費建議

建議	人數
增加餐點種類	30
增加餐點種類 加強環境衛生	2
增加餐點種類 加強環境衛生 提高空間舒適度	1
增加餐點種類 加強環境衛生 提高空間舒適度 改善服務人員品質 降低價格	3
增加餐點種類 加強環境衛生 提高空間舒適度 降低價格	2
增加餐點種類 提高空間舒適度	7
增加餐點種類 提高空間舒適度 降低價格	4
增加餐點種類 改善服務人員品質 降低價格	1
增加餐點種類 降低價格	5
加強環境衛生	4
加強環境衛生 提高空間舒適度 降低價格	1
加強環境衛生 改善服務人員品質	1
提高空間舒適度	11
提高空間舒適度 降低價格	5
改善服務人員品質	2
改善服務人員品質 降低價格	1
降低價格	20
總計	100

(樣本數 100)

消費者至品田牧場的消費建議多半已增加餐點種類最高，人數為 30 人；其次以降低降價格次多，人數為 20 人；而加強環境衛生、提高空間舒適度、改善服務人員品質人數最少，且都讓消費者滿意。

## 第四節 芝麻柚子消費建議

### 消費者至芝麻柚子的消費建議

建議	人數
增加餐點種類	11
增加餐點種類 加強環境衛生	3
增加餐點種類 加強環境衛生 提高空間舒適度 改善服務人員品質 降低價格	4
增加餐點種類 加強環境衛生 降低價格	3
增加餐點種類 提高空間舒適度	9
增加餐點種類 提高空間舒適度 改善服務人員品質	1
增加餐點種類 提高空間舒適度 改善服務人員品質 降低價格	1
增加餐點種類 提高空間舒適度 降低價格	2
增加餐點種類 改善服務人員品質 降低價格	1
增加餐點種類 降低價格	16
加強環境衛生	2
加強環境衛生 提高空間舒適度 改善服務人員品質	1
加強環境衛生 降低價格	1
提高空間舒適度	4
提高空間舒適度 改善服務人員品質	1
提高空間舒適度 改善服務人員品質 降低價格	8
提高空間舒適度 降低價格	13
改善服務人員品質	3
改善服務人員品質 降低價格	5
降低價格	11
總計	100

(樣本數 100)

消費者至芝麻柚子的消費建議最多為增加餐點種類與降低價格，人數為 16 人；

其次以提高空間舒適度次多，人數為 13 人；而加強環境衛生與改善服務人員品

質人數最少，且都讓消費者滿意。

# 第五章 卡方分析

## 第一節 品田牧場卡方分析

### 品田牧場之卡方分析

計數	口味滿意度								
年齡	非常滿意	滿意	普通	不滿意	總計				
20 歲以下	10	18	5	1	34	9.52	19.38	4.76	0.34
20-30 歲	9	20	5		34	9.52	19.38	4.76	0.34
30-40 歲	4	11	1		16	4.48	9.12	2.24	0.16
40 歲以上	5	8	3		16	4.48	9.12	2.24	0.16
總計	28	57	14	1	100		0.962	>0.05 沒有顯著關係	

口味滿意度與年齡沒有相對的顯著關係，在各個年齡層中都沒有顯著關係，在此能透過圖表中的卡方分析看出。

計數	消費動機										
性別	一般用餐	洽商	同學聚會	親友聚餐	慶生	總計					
男	22	1	8	5	8	44	21.56	1.76	6.16	9.24	5.28
女	27	3	6	16	4	56	27.44	2.24	7.84	11.76	6.72
總計	49	4	14	21	12	100		0.109	>0.05 沒有顯著關係		

消費動機與性別，沒有顯著關係，所以不見得男性特別喜愛或女性特別喜愛，能從圖表中看出。

計數	價格滿意度					總計	8.8	22.88	11.44	0.88
	非常滿意	滿意	普通	不滿意	總計					
男	5	24	14	1	44	8.8	22.88	11.44	0.88	
女	15	28	12	1	56	11.2	29.12	14.56	1.12	
總計	20	52	26	2	100		0.253	>0.05	沒有顯著關係	

價格與性別沒有顯著關係，所以不一定男性會覺得貴或便宜，女性也不會因為貴或便宜而拒絕買單，能從圖表看出。

計數	消費頻率										
	每週消費	每月消費	2~3月消費	半年消費	第一次消費	總計					
男	1	5	8	10	20	44	1.32	3.52	10.12	17.16	11.88
女	2	3	15	29	7	56	1.68	4.48	12.88	21.84	15.12
總計	3	8	23	39	27	100	0.002 <0.05 有顯著關係				

消費頻率與性別有顯著關係，在此圖表中，以女性叫喜愛，所以呈現有顯著的關係，我們用 100 份樣本去取樣，取樣結果以女性佔 56%大於男性 44%。

## 第二節 品田牧場期望值

### 品田牧場卡方檢定表(期望值)

消費頻 率性別	半年消費一次	第一次消費
	男	10 (17.16)
女	29 (21.84)	7 (15.12)

( )內為期望值人數

上方是品田牧場消費頻率與性別做出期望值之數據，其中以女性較長半年消費一次，比例高達 29%，而男性以第一次消費較多佔 20%。從此數據中能看出女性比較喜愛，顯得男性數據有點落差。

## 第三節 芝麻柚子卡方分析

## 芝麻柚子之卡方分析

計數	料理美味								
	非常滿意	滿意	普通	差	總計				
20 歲以下	1	17	6		24	1.68	15.12	6.72	0.48
20~30 歲		27	6		33	2.31	20.79	9.24	0.66
30~40 歲	5	16	12	1	34	2.38	21.42	9.52	0.68
40 歲以上	1	3	4	1	9	0.63	5.67	2.52	0.18
總計	7	63	28	2	100		0.099	>0.05 沒有顯著關係	

料理美未與年齡沒有呈現顯著關係，所以不會應年齡而有所太大的差距，在此圖表能看出。

計數	消費動機												
	慶生	約會	家庭 用餐	一般 用餐	洽商	朋友 聚餐	總計						
男	1	4	9	12	5	12	43	1.72	4.73	9.03	11.18	2.58	13.76
女	3	7	12	14	1	20	57	2.28	6.27	11.97	14.82	3.42	18.24
總計	4	11	21	26	6	32	100		0.391	>0.05 沒有顯著關係			

消費動機與性別沒有顯著關係，所以不論男性或女性都無法判定，在此圖表能看出。



計數	綜合滿意度					總計				
	非常滿意	滿意	普通	差	總計					
男	8	23	11	1	43	4.73	24.51	12.9	0.86	
女	3	34	19	1	57	6.27	32.49	17.1	1.14	
總計	11	57	30	2	100		0.198	>0.05	沒有顯著關係	

綜合滿意度與性別沒有呈現顯著關係，所以不論男性或女性對綜合滿意度的喜愛

程度沒有相對的關係。

計數	份量價格								
	非常滿意	滿意	普通	差	總計				
男	9	22	11	1	43	4.73	23.22	14.62	0.43
女	2	32	23		57	6.27	30.78	19.38	0.57
總計	11	54	34	1	100		0.027	<0.05	有顯著關係

份量價個與性別有顯著關係，從圖表中能得知女性意願較高佔 57%，而男性佔 43%，因此性別與份量價格有顯著關係。

#### 第四節 芝麻柚子期望值

##### 芝麻柚子卡方檢定表(期望值)

性別 \ 份量價格	滿意	普通
	男	22 (23.22)
女	32 (30.78)	23 (19.38)

( )內為期望值人數

上圖為芝麻柚子價格份量與性別之期望值數據，女性對價格份量滿意度較高佔 32%，其次男性滿意度佔 22%，而普通比例也是女性較高，男性較少。

### 結論

兩者口味醬料皆不同，而兩者都屬於日式風格炸豬排出名，內部裝潢以日式該有的氣氛，環境上兩者都相當注重。消費族群較吸引學生與上班族群，服務品質以王品集團的品田牧場略有優勢，而芝麻柚子米食類有紫米飯的選擇。其他餐品主食品田牧場創意美食較多種類，以外觀上吸引較多顧客。對於顧客方便來說，芝麻柚子較為貼心，有停車場設計，較而言之品田牧場分店中心街為市區，所以沒設立停車場。