

兩岸主要入口網站服務品質、關係價值對行為意向之影響

林士傑、封德台

E-mail: 325050@mail.dyu.edu.tw

摘要

入口網站是所有網路使用者連上網的起始點，大部分的使用者將入口網站視為通往網際網路的入口，在網頁中設定為首頁，它也是使用者尋找資料的來源。本研究將以兩岸使用者喜好為導向並將入口網站服務品質、關係品質、關係價值以致使用者產生改變行為意向的研究為主題，讓網頁(網站)研發者能更瞭解使用者選用的入口網站介面喜好，使網路業者能依使用者的需求調整設計或研發更符合人性的入口網站。研究結果顯示：一、入口網站服務品質對關係價值具有顯著正向影響。二、入口網站關係價值對關係品質具有顯著正向影響。三、入口網站關係品質對行為意向具有顯著正向影響。四、入口網站關係價值對行為意向具有顯著正向影響。五、入口網站服務品質對關係品質具有顯著正向影響。最後，希望藉由本研究結果提供給消費者、入口網站服務業者以及業務主管機關有價值的參考資訊，以期有所裨益於兩岸入口網站服務市場的發展。

關鍵詞：服務品質、關係價值、關係品質、行為意向

目錄

內容目錄 中文摘要	iii 英文摘要
iv 誌謝辭	v 內容目錄
vi 表目錄	viii 圖目錄
ix 第一章 緒論	1 第一節 研究背景與動機
二節 研究目的	3 第三節 研究範圍與限制
4 第二章 文獻探討	4 第四節 研究程序
7 第二節 關係品質	7 第一節 網站服務品質
13 第四節 行為意向	11 第三節 關係價值
16 第三章 研究方法	14 第五節 各變項間之關係
節 建立研究假設	20 第一節 研究架構
21 第三節 研究模式構念之變數定義	20 第二節 研究設計
27 第五節 資料分析與統計方法	23 第四節 研究設計
31 第一節 研究樣本描述性資料分析	29 vii 第四章 實證分析
35 第三節 相關分析	31 第二節 因素分析與效度分析
45 第五節 研究假設驗證彙總	43 第四節 回歸分析
52 第一節 研究結論	50 第五章 結論與建議
研究限制	52 第二節 研究意涵
56 第四節 後續研究之建議	54 第三節 研究限制
59 附錄 A 問卷設計版	57 參考文獻
78 表目錄 表 3-1 服務品質之操作性定義	72 附錄 B 問卷發放版
31 表 4-2 基本資料統計分析	23 表 4-1 問卷回收率
35 表 4-4 服務品質之因素分析	32 表 4-3 服務品質
37 表 4-6 關係價值之因素分析	36 表 4-5 關係價值
38 表 4-8 關係品質之因素分析	38 表 4-7 關係品質
39 表 4-10 行為意向之因素分析	39 表 4-9 行為意向
41 表 4-12 各構面相關分析	40 表 4-11 各構面信度分析
45 表 4-14 客製與易用對關係價值之迴歸分析	43 表 4-13 服務品質對關係價值之迴歸分析
46 表 4-16 關係價值對關係品質之迴歸分析	46 表 4-15 互動與內容對關係價值之迴歸分析
48 表 4-18 關係價值對行為意向之迴歸分析	47 表 4-17 關係品質對行為意向之迴歸分析
49 表 4-20 客製與易用對關係品質之迴歸分析	48 表 4-19 服務品質對關係品質之迴歸分析
50 表 4-22 本研究假設實證結果彙整	49 表 4-21 互動與內容對關係品質之迴歸分析
5 圖 3-1 研究架構	50 圖目錄 圖 1-1 研究流程
28 圖 4-1 修正後研究架構	21 圖 3-2 大陸網民常訪問十大網站

參考文獻

- 一、中文部分 大前研一著，楊燦煌編譯(1989)，「企業家的戰略頭腦:尋求主動 攻擊的訣竅」，書泉出版，台北。王祖健(2003)，網站技術、服務品質及購買成本對於網路商店顧客滿意度與忠誠度之影響，國立成功大學未出版碩士論文，1-76。方世榮、張嘉雯(2004)，顧客涉入程度對服務品質與關係品質之干擾效果 - 以電腦賣場與內部商店為例，中山管理評論，12(4)，755-794。方裕民(1999)，GUI 界面設計理論與實務-以家庭娛樂系統設計案為例。中日設計教育研討會論文集，雲林。王郁琦、張嘉豪(1999)，網際網路的隱私權規範。第三屆資訊科技與社會轉型研討會論文集。王勝宏(2000年)，入口網站之顧客認知價值、產品組合特性、與客製化策略關係之研究。政治大學企業管理研究所碩士論文。江義平、江謝鎮(2007)，網站服務品質與網站體驗對關係品質及行為意向之影響，電子商務學報，689-724。呂麗琴(2000)，證券商網站採行客戶關係管理系統之研究，淡江大學資訊管理研究所碩士論文。李兆麟(2000)，企業在網際網路交易中所提供顧客服務因素之探討 - 以美國標竿企業為例，政治大學管理科學研究所碩士論文。李青蓉、魏丕信、施郁芬、邱昭彰(1998)，人機介面設計。空中大學出版社。李東松(2004)，服務品牌權益、關係行銷與服務品質對關係品質與行為意向的關連性之研究 - 以資訊產品流通業為例，南華大學管理科學研究所未出版碩士論文，1-198。邱皓正(2008)，量化研究與統計分析:SPSS 中文視窗板資料分析範疇解析(3版)，台北:五南書局。林心慧(2003)，行動商務成功模式之建構與驗證，國立台灣科技大學企業管理研究所碩士論文。林秋慧(2003)，ADSL 服務品質、滿意度及購後行為意向關係之研究 - 以台中地區用戶為例，朝陽科技大學企業管理系未出版碩士論文，1-100。林榮禾、莊淳凌、莊景有、戴如君(2006)，入口網站的服務品質、顧客滿意及顧客忠誠度關係之研究，電子商務學報，8(4)，533-556。林義屏、董玉娟、李勇輝(2007)，顧客關係管理在網路銀行服務的應用:網站服務品質對顧客忠誠度的影響，交大管理學報，27(1)，57-86。季欣麟(1998)，網路媒體卡位戰，遠見雜誌十月號，頁98-106。季欣麟(2000)，量身定作的網路時代，遠見雜誌，頁134-140。周家瑜(2003)，網站體驗對使用者信任、情感與行為意向影響之研究，國立高雄第一科技大學未出版碩士論文，1-168。施淳瑄(2002)，台灣網路書店經營型態對服務品質、知覺風險、顧客行為意向影響之探討，國立政治大學企業管理研究所之未出版碩士論文，1-126。施威銘研究室(2000)，IE5 DHTML 設計實務。旗標出版。侯俊耀(1996)，網際網路大時代:網際網路的商業應用及未來大趨勢，初版，第三波文化事業股份有限公司出版，台北。翁崇雄(2000)，服務品質評量模式之比較研究，中山管理評論，第八卷第一期，105-122。孫明源(2003)，服務品質、服務價值、滿意度與顧客行為意向關係之研究 - 以固網寬頻上網服務為例，國立成功大學電信管理研究所未出版碩士論文，1-131。徐恩普監譯、Janal, D.S (1996)，網路行銷 - 線上運作手冊。黃世弘(2008)，電視購物之關係利益、關係價值、關係品質與忠誠度之研究，國立屏東商業技術學院未出版碩士論文，1-108。黃映瑀(2005)，體驗行銷、體驗價值、顧客滿意、品牌形象與行為意向關係之研究，大葉大學事業經營研究所未出版碩士論文，1-95。張敬芝(2003)，網路購物服務品質衡量模式建構之研究，碩士論文，元智大學企業管理研究所。張倩儀(2008)，兩岸大型入口網站服務品質、個人涉入與關係價值對顧客忠誠度影響之研究，大葉大學國際企業管理研究所未出版碩士論文，1-77。張淑昭、林文實(2001)，影響知覺服務品質與失驗的相關因素與關係品質績效關連性之研究，中華管理學報，2:1，1-18。陶蓓麗、程瑞南(2006)，網路購物顧客價值對顧客關係品質的影響之實証研究，中山管理評論，14(2)，517-549。曾信超(2006)，服務品質、關係價值與關係品質對顧客忠誠度影響之研究，企業管理學報，71期，83-115。馮梅芳(2004)，關係價值 - 顧客參與關係式交易的關鍵影響變數，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版碩士論文，1-152。楊智元(2001)，符合使用者個人喜好需求的入口網站介面之研究，大葉大學資訊管理研究所未出版碩士論文，1-159。廖峻則、江志卿(2005)，網站服務品質、顧客滿意度及後續行為意向之探討，管理與系統，12(1)，23-47。龔俊霖(2000)，台灣股票投資組合最佳化分析與網際網路系統設計，交通大學資訊管理研究所碩士論文。
- 二、英文部分 Ajzen, I., & Driver, B. L. (1991). Prediction of Leisure Participation from Behavior, Normative, and Control Beliefs: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Leisure Sciences*, Vol. 13, 185-204. Anderson, J.C., & Narus, J.A. (1990). A model of distributor firm and manufacture firm working partnerships. *Journal of Marketing*, 54, 42-58. Anderson, J. & Weitz, B. (1992). The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels. *Journal of Marketing research*, 29(1), 18-34. Banatre, M., V. Issarny, F. Leleu, & B. Charpiot (1997), "Providing Quality of Service Over The Web: A Newspaper-Based Approach," *Computer Networks*, 29, 1457-1465. Bell, H. & N.K. Tang (1998), "The Effectiveness of Commercial Internet Web Sites: A User's Perspective," *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy*, 8(3), 219-228. Bennett, R. & A. Barkensjo (2005), "Internal Marketing, Negative Experiences, and Volunteer's Commitment to Providing High-Quality Services in a UK Helping and Caring Charitable Organization Journal," *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 16(3), 251-274. Bitner M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee responses. *Journal Marketing*, Vol. 54, 192-220. Blackwell, R.D., P.W. Miniard, & J.F. Engel (2001), *Consumer Behavior*, 9th ed., Harcourt, Inc. Bolton R. N. & Drew J. H. (1991) A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, 75-84. Brady, K. Michael. & J. Joseph Cronin, Jr. (2001), "Customer Orientation: Effects on Customer Service Perceptions and Outcome Behaviors", *Journal of Service Research*, Vol.3, no.3, February, pp.241-251. Burns, M.J., (1993), *Value in Exchange: The Consumer Perspective*, Knoxville: The University of Tennessee. Carman, J. M. (1990). Consumer Perceptions of service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions. *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55. Christy, R., G. Oliver & J. Penn (1996), "Relationship Marketing in Consumer Markets," *Journal of Marketing Management*, 12(3), 175-187. Churchill Jr., G.A. & C. Surprenant (1982), "An Investigation into the Determinant of Consumer Satisfaction," *Journal of marketing Research*, 19(4), 491-504. Connolly, D.J., M.D. Olsen, & R.G. Moore (1998), "The Internet as a Distribution Channel," *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quality*, 8(4), 42-54. Crosby, P. B. (1979), *Quality is free*, New York: McGraw-Hill. Crosby, L.A., K.R. Evans, & D. Cowles (1990), "Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective," *Journal of Marketing*, 54(3), 68-81. Dorsch, M. J., Swanson, S. R., & Kelley,

S. W. (1998). The Role of Relationship quality in the Stratification of Vendors as Perceived by Customers. *Journal of the academy of Marketing Science*, 26(2), 128-142.

Doney, P.M., & Cannon, J.P. (1997). An examination of the nature of trust in buy-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35-51.

Dwyer F.R. & S. Oh(1987), " Developing Buyer-Seller Relationship, " *Journal of Marketing*, 51(2), 11-27.

Engel, J. F., R. D. Blackwell, & P. W. Miniard (1995), *Consumer Behavior*, 8th Ed., New York: The Drydden, pp.365.

Garvin, D.A. (1984), " What Does " Product Quality " Really Mean, " *Sloan Management Review*, 26(1), 25-43.

Goodman, P. S. (1995), *Customer-Firm Relationships, Involvement, and Customer Satisfaction*. *Academy of Management Journal*, 38(3), 1310-1324.

Gronroos, C. (1997). Value-driven Relational Marketing: from Products to Resources and Competencies. *Journal of Marketing*, 59(1), 78-92.

Henning-Thurau, T. & A. Klee, (1997), " The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development, " *Psychology and marketing*, 14(8), 764-797.

Jackson, B.B. (1985). Build customer relationships that last. *Harvard Business Review*, 63(6), 120-129.

Jacoby, J. & D.B. Kyner (1973), " Brand Loyalty vs. Repeat Purchasing Behavior, " *Journal of Marketing Research*, 10(1), 1-9

Juran, J. (1989), *Juran on Leadership for Quality:An Executive, Handbook*, New York:Free Press.

Kaynama, S.A. & I.C. Black (2000), " A Proposal to Assess the Service Quality of Online Travel Agencies: An Exploratory Study, " *Journal of Professional Services Marketing*, 21(1), 63-88.

Keller K. L. (1993), *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*. *Journal of Marketing*, Vol. 57, 1-22.

Kolesar, Mark B. & R. Wayne Galbraith (2000), " A Service- Marketing Perspective on E-Retailing: Implications for E-Retailers and Directions for Future Research, " *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 10(5), p.424-438.

Kotler, Philip (1994) , " Reconceptualizing Marketing " , *European Management Journal*,Vol.12,No.4, PP.353-361.

Kumar, N., Scheer, L. K., Jan-Benedict, & Steenkamp, E. M. (1995). The Effects of Supplier Fairness on Vulnerable Resellers. *Journal of Marketing Research*, 32(1), 54-75.

Lagace, R.R., R. Dahlstrom, & J.B. Gassenheimer (1991), " The Relevance of Ethical Salesperson Behavior on Relationship Quality: The Pharmaceutical Industry, " *Journal of Personal Selling and Management*, 11(4), 39-47.

Leuthesser, L. (1997). " Supplier Relational Behavior: An Empirical Assessment, " *Industrial Marketing Management*, 26(3), 245-254.

Lewis, R.C. & B.H. Booms (1983), " The Marketing Aspects of Service Quality, " in *Emerging Perspectives on Services Marketing*, edited by L.L. Berry, G. Shostack. and G. Upah, Chicago: American Marketing, 99-107.

Liljander V. & Strandvik, T. (1995), " The nature of customer relationships in services " , in *Advances in Services Marketing and Management*, JAI Press, Vol.4, pp.141-167.

Liu, C & K. P. Arnett (2000), " Exploring the Factors Associated with Web Site Success in the Context of Electronic Commerce, " *Information and Management*, 38(Oct.), p.23-34.

Loiacono, E., T.W. Richard, and G. Dale (2000), " WebQual: A Web Site Quality Instrument, " Working Paper, Worcester Polytechnic Institute.

Mels, G. Boshoff, C., & Nel, D., (1997). The Dimensions of Service Quality: The Original European Perspective Revisited. *Service Industries Journal*, 17, 173-189.

Millman, H. (1998), " Online Travel Arrangements Begin to Catch On, " *Infoworld*, 22(9), 78.

Moore, K.R. (1998), " Trust and Relationship Commitment in Logistics Alliances: A Buyer Perspective, " *International Journal of Purchasing and Materials Management*, 34(1), 24-37.

Moorman C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314-329.

Moorman C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1993). " Factors Affecting Trust in Market Research Relationships,, " *Journal of Marketing*, 57(1), 81-101.

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*,58(3), 20-38.

Oliver R.L. & Macmillan, J. (1992). Response Determinants in Satisfaction Judgments. *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507.

Oliver, R.L. (1980), " A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions, " *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.

Parasuraman, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). AQ conceptual Model of Service quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

Parasuraman, Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.

Park, C.-H. and Y.-G. Kim (2006), " The Effect of Information Satisfaction and Relational Benefit on Consumer ' s Online Shopping Site Commitments, " *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 4(1), 70-90.

Ravald, Annika & Christian Gronroos, (1996), " The Value Concept and Relationship Marketing, " *European Journal of Marketing*, Vol. 30, No. 2, pp.19-30.

Sasser, W. E., R. P. Olsen, & D. D. Wyckoff (1978), *Management of Service Operations: Text, Cases and Readings*, Boston: Alley & Bacon, Inc.

Schlenker, B.R., B. Helms, & J.T. Tedeschi (1973), " The Effects of Personality and Situational Variable on Behavioral Trust, " *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(3), 419-427.

Sharma, N., & Patterson, P. G. (1999). The Impact of Communication Effectiveness and Service Quality on Relationship Commitment in Consumer, Professional Service. *The Journal of Service Marketing*, 13(2), 151-170.

Sohn, C. S. (2000). The Effects of Mood, Involvement, and quality of Store Experience on Shopping Intention. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 271-280.

Smith, B. (1998). " Buyer-seller Relationship: Bonds, Relationship Management, and Sextype, " *Revue Canadienne des Sciences del ' Administration*, 15(1), 76-92.

Srinivasan, Anderson, S. R., & Ponnayolu, K. (2002). Customer Loyalty in E-commerce: An Exploration of Its Antecedents and Consequences. *Journal of Retailing*, 78, 41-51.

Storvacka, K., Strandvik, T., & Gronroos, C. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. *International Journal of Service industry Management*, 5(5), 21-38.

Szymanski, D M., & Hise, R. T., (2000). E-Satisfaction: An Initial Examination. *Journal of Retailing*, 73, 309-322.

Thorbjornsen, H., M. Supphellen, H. Nysveen, & P.E. Pedersen (2002), " Building Brand Relationships Online: A Comparison of Two Interactive Applications, " *Journal of Interactive Marketing*, 16(3), 17-34.

Westbrook, R.A. (1981), " Sources of Consumer Satisfaction with Retail Outlets " , *Journal of Retailing*, 57(3), 68-85.

Woodruff, R.B., Ernest R.C. & R.L. Jenkins, (1983) " Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Norms, " *Journal of Marketing Research*, 20,296-304.

Xie, M., H. Wang, & T.N. Goh (1998), " Quality Dimension of Internet Search Engines, " *Journal of Information Science*, 24(5), 365-372.

Yang, Z., & Jun, M, (2002). Consumer Perception of E-service Quality: From Internet Purchaser and Non-Purchaser Perspectives,

Journal of Business Strategies, 19(1), 19-41. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. 60, 31-46. Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, & A. Malhotra (2000) " E-service Quality: Definition, Dimensions and Conceptual Model, " Working paper, Marketing Science Institute, Cambridge, MA. Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, & A. Malhotra (2002) " Service Quality Delivery through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge, " *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4), 362-375. Zumbahl, R. K. & Mayo, R., (1994). Customer Focused Quality for the Maintenance and repair of Air Force facilities. *Project Management Journal*, 25, 32-36