

# 服務品質、滿意度與顧客忠誠度相關性之研究-溫泉飯店為例

陳政均、黃怡芬

E-mail: 389479@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

國內的溫泉產業自台灣溫泉觀光年之後蓬勃發展，並且近年來由於國人生活品質提高，顧客意識抬頭，對於休閒飯店的要求也愈來愈嚴格。有鑑於此，我們必須要針對顧客的角度來思考飯店所提供的服務品質，了解飯店與顧客的顧客滿意度，以及探討飯店所提供顧客的忠誠度，來創造顧客與業者的雙贏。本研究採用問卷調查方式，針對國內地區的一般消費者進行抽樣調查，在台中火車站發放實體問卷調查；回收問卷為300份，剔除81份無效問卷，可用問卷219份。經由SPSS統計軟體分析結果發現服務品質對於顧客滿意度具有正向且顯著影響與假設相符。而在服務品質對於顧客忠誠度裡具有正向且顯著影響與假設相符，在顧客滿意度與顧客忠誠度具正向顯著影響與假設相符。

關鍵詞：服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度

## 目錄

中文摘要 iii 英文摘要 iv 誌謝 v 目錄 vi 圖目錄 viii 表目錄 ix 第壹章緒論 1 第一節研究背景與動機 1 第二節研究目的 4 第三節研究問題 4 第四節研究範圍與對象 4 第五節研究限制 5 第六節名詞操作型定義 5 第七節研究流程與步驟 7 第貳章文獻回顧 9 第一節溫泉與溫泉介紹 9 第二節服務品質 11 第三節顧客滿意度 17 第四節顧客忠誠度 20 第五節各變項關係之敘述 26 第參章研究方法 30 第一節研究架構 30 第二節問卷設計 30 第三節資料分析方法 31 第肆章結果與討論 38 第一節人口統計變項分佈情形 38 第二節敘述信統計與因素、信度分析 43 第三節多元迴歸分析 57 第伍章結論與建議 62 第一節結論 62 第二節經營管理之建議 62 參考文獻 64 研究問卷 73 圖目錄 圖 1 研究流程圖 8 圖 2 研究架構圖 30 表目錄 表1 國人國內旅遊重要指標統計表 2 表2 服務品質定義彙整表 13 表3 顧客滿意度定義彙整表 17 表4 顧客滿意度與顧客忠誠度的研究整理 19 表5 顧客忠誠度的定義 23 表6 國內學者對服務品質對顧客忠誠度之研究 25 表7 服務品質問項表 32 表8 顧客滿意度問項表 34 表9 顧客忠誠度問項表 35 表10 人口統計分配表 41 表11 服務品質之統計表 44 表12 服務品質之因素分析表 47 表13 滿意度之統計表 49 表14 顧客滿意度之因素分析表 52 表15 顧客滿意度之因素分析表 54 表16 顧客忠誠度之因素分析表 56 表17 服務品質對顧客滿意度回歸分析 58 表18 服務品質對顧客忠誠度回歸分析 59 表19 顧客滿意度對顧客忠誠度回歸分析 59 表20 假設檢定結果表 60

## 參考文獻

陳璐芳、林淑萍、吳書瑩(2007)。溫泉會館顧客消費動機、滿意度與忠誠度之相關性研究。中華管理學報，8(2)，41-60。楊琬琪(2008)。體驗行銷、品牌權益與忠誠度影響關係之研究-以溫泉旅館為例。International Journal of LISER，1(2)，49-65。沈進成、曾慈慧(2006)。溫泉餐廳遊客動機、服務品質、滿意度與忠誠度影響關係之研究。運動休閒餐旅研究，1(2)，65-89。張廣智(2006)。從顧客滿意取向探討溫泉業關鍵成功因素-以大台北地區溫泉旅館為例。碩士論文，淡江大學，新北市。李文姬(2004)。應用Kano模式探討高爾夫球場服務品質定位之研究。國立臺灣體育學院碩士論文，台中市。宋欣雅(2004)。新北投地區溫泉旅館服務品質與遊客購後行為之研究(未出版碩士論文)。國立臺灣師範大學，臺北市。曾干育(2004)。溫泉旅館遊客利益區隔之研究-以苗栗泰安地區為例(未出版碩士論文)。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班，台中。張松源(2007)。高雄縣寶來溫泉區溫泉旅館服務品質與顧客滿意度之研究。國立臺東大學體育教學碩士在職專班碩士論文，未出版，臺東。丁怡瑛(2008)。員工環境威脅認知對工作壓力與離職傾向之影響-以北區溫泉旅館業為例。未出版碩士論文，雲林科技大學，雲林縣。梁雯玟(2001)。顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究-以國際觀光旅館為例，國立成功大學，碩士論文。呂嘉和(2005)。溫泉業服務品質與顧客滿意之關聯性研究。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文，未出版，高雄市。李坤哲(2006)。統一獅職棒球隊服務品質球迷感知之研究，國立嘉義大學體育與健康休閒研究所，碩士論文。潘沛彤(2008)。臺北地區桌球俱樂部服務品質與顧客滿意度關係之研究。楊秀玲(2006)。服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關聯性之研究—以金門地區銀行業為例，長榮大學經營管理系，碩士論文。林世弘(2008)。臺北市羽球拍消費者品牌形象對顧客忠誠度影響之研究—以線性結構方程模式之驗證，臺北市立教育大學，碩士論文。鄭凱若(2005)。運用結構方程模式探討產品品質、服務品質、顧客滿意度、商店形象與顧客忠誠度之關係-以咖啡連鎖店為例，碩士論文，東華大學企業管理學系。林靜芳(2004)。清境地區民宿旅客再宿意願之研究(未出版碩士論文)。朝陽科技大學休閒事業管理研究所，台中市。段存吉(2004)。武陵富野渡假村遊客進行服務品質與滿意度對再宿意願之影響研究，碩士論文，國立台灣師範大學運動休閒與管理研究所。張博文(2007)。飯店服務品質、顧客滿意度、信任及再宿意願關係之探討—以飯店之特約廠商為例。未出版碩士論文，南華大學管理學系，台北。張凡文(2008)。服務品質、滿意度與重遊意願之研究-以牛耳藝術渡假村為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學，台中市。鄭瑞

隆 (2008)。旅客對渡假旅館服務品質、滿意度與重遊意願關係之研究 - 以花蓮地區為例。國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理研究所碩士論文, 高雄市。林佑中 (2007) 顧客關係管理與資源基礎對服務品質及顧客忠誠度影響之研究 以汽車售後服務業為例, 屏東:國立屏東科技大學碩士論文。林耀南、徐達光 (2008)。服務品質、關係品質與顧客忠誠度關係之研究 - 以北部地區溫泉旅館為例。管理研究學報, 2 (7), 285-313。廖明豐 (2003)。東豐自行車綠廊之遊憩吸引力、服務品質與遊客滿意度及忠誠度之研究, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。賴儒影 (2009)。溫泉區住宿服務品質、遊客滿意度與重遊意願關連性之研究-以關子嶺溫泉區旅館為例。嘉南藥理科技大學溫泉產業研究所碩士論文, 未出版, 台南市。陳瑞辰 (2007) 游泳池服務品質、顧客滿意度與再購意願之研究 - 以臺北縣三重市地區游泳池為例 碩士論文, 台北:國立台灣師範大學體育學系。林紀玲、吳穌、莊慶棋、陳志明 (2005)。溫泉知識之探討。2005台灣休閒、運動、健康產業管理研討會(287-300頁)。屏東縣:大仁科技大學。林燈燦 (2003), 服務品質管理 (初版)。台北市:品度。經濟部水利署 (2003), 《臺灣地區91年水資源投資分析》。經濟部水資源局, 2000, 地下集水廊道出水量估算數值模式之建立。張力元, (2003), 顧客服務管理, 台北:華泰。英文部分 Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms," *Marketing Science*, Vol.12, No.2, pp.125-143. Abbott, K. L and P. T Green. 2007. Collapse of ant - scale mutualism in a rainforest on Christmas Island. *Oikos - Copenhagen* 116: 1238-1246. Bitner (1990) . "Evaluating Service Encounters:The Effect of Physical Surrounding and Employee Response," *Journal of Marketing*, 54(2), 69-81. Berry L. L. and A. Parasuraman 1991, *Marketing Service-Competing Through Quality*, New York: The Free Press. Binter (1990), *Evaluating Service Encounters: The Effect of Physical Surroundings and Employee Responses*, *Journal of Marketing*, 54.18. Birgelen, M. V., M. Wetzels & K. D. Ruyter (1997). Commitment in Service Relationships: An Empirical Test of Its Antecedents and Consequences, 3, 1255-1271. Bowen and Shoemaker (1999), "Relationship Marketing in Consumer Markets," 1999, pp223-236. Backman, Crompton(1991). Differentiating between high, spurious, latent and low loyalty participants in two leisure activities. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9 (2), 1-17. Bove, L. L. and L. W. Johnson (2000), "A Customer-Service Worker Relationship Model." *International Journal of Service Industry*, 11, No.5, pp.491-505. Baker, D. A. and Crompton, J. L., 2000, Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions, *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. Prus & Brandt (1995). Understanding Your Customers, *Marketing Tools*, July/August.102. D.J. Hempel., 1977, "Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement In. *The Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*", Mass:Marketing Science Institute, Edited by H.K. Hunt, Cambridge. Oliver(1981), R.L., "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings," *Journal of Retailing*, Vol. 57, No.3. Engel, Blackwell & Miniard (1986) . *Consumer Behavior (5th ed)* .Hinsdale, (1) :Dryden press. Reichheld, F.F. and W.E. Sasser, (1990), "Zero Defections:Quality comes to Service," *Harvard Business Review*, Sep./Oct., Vol. 69(5), pp. 105-111. Wharton Abroad: Selected Travel Writing, 1881- 1920. Ed. Sarah Bird Wright. New York: St. Martin ' s Griffin, 1996. Hagigi, Moshe, Kluger, Brian D.and Shields, David. (1993). Auditor change announcements and dispersion of investor expectations. *Journal of Business Finance & Accounting*, 20(6), 787-802. Gronroos,(1982). "A applied service marketing theory", *European Journal of Marketing*, pp.16-36. Parasuraman et al (1988). Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry, (1988). SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol.64, NO.1(Spring). Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing Research*, 49, 41-50. Parasuraman et al., (1985). A conception model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49, 44. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multipleitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 64(1):12-40. Cardozo. (1965) .An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 2, 244-249. Lee & Cunningham (2001) , "A cost/benefit approach understanding service loyalty," *Journal of Services Marketing*, 15 (2), 113-130. Ostrom, & Iacobucci. (1995). Evaluating QFD ' s Use in US firms as a process for developing products. *Journal of Product Innovation Management*, 9, pp. 171. Dhindwal, A.S., B.P.S. Lather, and J. Singh. 1991. Efficacy of seed treatment on germination, seedling emergence and vigour of cotton (*Gossypium hirsutum*) genotypes. *Seed Res.* 19:59-61. Jones & Sasser (1995) Why Satisfied Customers Defect, *Harvard Business Review*, November-December, pp .88-99 Kolter, 1997, "Marketing Management, Analysis, Implementation and Using the Servoual Model," *The Service Industries Journal*, Vol,11,3,pp.324-343. Kotler, Bowen & Makens. (2003). *Marketing for hospitality and tourism* (P. 218)(3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. William R. Darden and F.D. Reynolds, 1974, Backward Profiling of Male Innovators, *Journal of Marketing Research*, 11(1): 79-85. Evans and Laskin (1994) , "The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application", *Industrial Marketing Management.*, Vol.23, pp.437-452. Igbaria, M., S. Parasuraman, et al. (1996). "A Motivational Model of Microcomputer Usage." *Journal of Management Information Systems*. 13(1): 127-144. Woodside et al.(1989). "Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention", *Journal of Health Care Marketing*, Vol.9 No.4, December, pp.5-17. Raval & Gronroos(1996); Heskett, J. L., L. A. Schlesinger, W. E. Sasser, Jr. S. M. Keaveney, (1995). "Customer switching behavior in service industries: an exploratory study." *Journal of Marketing*, 59(2), 71-82. Cronin and Taylor (1992) , "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp. 55-68. Kolter, 1997, "Marketing Management, Analysis, Implementation and Using the Servoual Model," *The Service Industries Journal*, Vol,11,3,pp.324-343. Gwinner, K. P., D. D. Gremler, & M. J. Bitner (1998), "Relational Benefits in Service Industries: the Customer ' s Perspective", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2), pp. 101-14. S. Jamasb, S. D. Collins and R. L. Smith, 1998, "A Physical Model for Threshold Voltage Instability in Si3N4-Gate H+-Sensitive FET's (pH ISFET's)", *IEEE Transactions on Electron Devices*, Vol. 45, No. 6, pp. 1239-1245. Gronroos, C. (1982). Internal Marketing—Theory and Practice. In *American Marketing Association Services Marketing Conference Proceedings*, 41-7. Gronroos (1983) , C., *Strategic management and marketing in the service sector* Boston:Marketing Science Institute, May, pp.35. Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing

implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. Churchill, G. A., and Surprenant, C. (1982). An Investigation into the determinants of 9 consumer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504. Shetty, Y. K. and Ross, J. 1985. "Quality and its management in service business." *Industrial Management*, 27, no. 6, pp. 7-12. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L.(1985), Problems and Strategies in Services Marketing, *Journal of Marketing*, 49, Spring, 33-46. Pranter, C. A. & Martin, C. L. (1991). Compatibility Management: Role in Service Performers. *The Journal of Services Marketing*, 5(2) ,43. Heskett, J. L., Sasser W. E., Jr., Hart, C. W. 1989. *Service Breakthrough*, New York: The Free Press. Jacoby, J. and Chestnut, R.W. (1978), *Brand Loyalty Measurement and Management*, New York: John Wiley. Selnes, Fred (1993), An Examination of the Effect of Product performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty, *European Journal of Marketing*, Vol27, No9, pp.19-35. Newman, J.W. and R.A. Werbel, "Multivariate Analysis of Brand Loyalty for Major Household Appliances," *Journal of Marketing Research*, 10, November 1973, pp.404-409. Spreng, R. A., Harrell, G. D., & Mackoy, R. D. (1995). Service recovery: Impact on satisfaction and intentions. *Journal of Service Management*, 9(1), 15-23 Ganesh, J., Arnold, M. J. and Reynolds, K. E., "Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Differences Between Switchers and Stayers," *Journal of Marketing*, Vol. 64, July 2000, pp. 65-87. Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992), "Measuring Service Quality: An Examination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol. 56, Iss. 3, pp. 55-68. Hurley, R.F. and H. Estelami (1998), "Alternative indexes for monitoring customer perceptions of service quality: A comparative evaluation in a retail context," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(3), 209-221. Juran. (1974). *Quality Control Handbook*. New York: McGraw-Hill Book Co.