

# 顧客滿意、顧客不滿意與顧客轉移態度之研究-以速食店產業為例

邱惟明、楊明璧

E-mail: 8515901@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

避免顧客轉移是企業永續經營之要件。而顧客移轉的態度則深受消費後內心滿意或是不滿意的影響。本研究指再探討不同因素對顧客滿意、顧客不滿意以及顧客轉移程度上的影響，並試圖印證一項觀念便是對顧客滿意或是顧客不滿意影響程度大的因素是否也對顧客轉移態度的影響程度高。利用Keaveney(1995) 訪談500位服務業消費者所歸納出的七大類影響因素，以便利抽樣的方法對國內速食店400位消費者進行問卷調查，再分別以變異數分析、相關分析、迴歸分析的統計方法驗證各項假設。結果發現影響顧客滿意、顧客不滿意、顧客轉移態度的決定性因素各有所不同。換言之，使顧客不滿意的決定因素並不必然會影響顧客轉移，使顧客滿意的決定因素並不必然保證顧客忠誠。

關鍵詞：顧客滿意；顧客不滿意；顧客轉移

## 目錄

圖目錄.....	ix	表目錄.....	x	第一章 緒論.....	1
論.....	1	第一節 研究動機與背景.....	1	第二節 研究目的.....	3
的.....	3	第三節 研究步驟.....	4	第四節 研究限制.....	6
制.....	6	第二章 文獻探討.....	7	第一節 顧客滿意.....	9
意.....	9	一、顧客滿意的定義.....	9	二、顧客滿意的影響因素.....	11
素.....	11	第二節 顧客不滿意.....	15	一、影響顧客不滿意反應之因素.....	15
素.....	15	二、不滿意反應類型.....	17	第三節 顧客轉移態度理論.....	20
論.....	20	第三章 研究方法.....	23	第一節 觀念架構.....	23
第二節 研究變項操作型定義.....	24	一、研究變數來源.....	24	二、變項定義.....	24
具.....	31	第三節 研究假說.....	29	第四節 研究工具.....	31
收.....	32	一、問卷設計.....	31	二、問卷收集與回收.....	32
析.....	34	第五節 資料分析方法.....	33	第四章 實證結果與資料分析.....	34
二、效度分析.....	35	第一節 信度、效度分析.....	34	一、信度分析.....	34
分析.....	39	二、效度分析.....	35	第二節 樣本結構.....	37
分析.....	40	第三節 各項影響因素之差異分析.....	39	一、各項影響因素在不滿意構面差異分析.....	39
分析.....	40	二、各項因素在不滿意構面差異分析.....	42	二、各項因素在不滿意構面差異分析.....	40
分析.....	43	三、各項因素在顧客轉移態度構面差異分析.....	42	三、各項因素在顧客轉移態度構面差異分析.....	43
分析.....	46	第四節 各項影響因素與顧客反應之相關分析.....	46	一、各項影響因素在「顧客滿意」構面等及分析.....	46
分析.....	46	一、各項影響因素在「顧客滿意」構面等及分析.....	51	二、各項影響因素在「顧客不滿意」構面等及分析.....	51
分析.....	56	二、各項影響因素在「顧客不滿意」構面等及分析.....	51	三、各項影響因素在「顧客轉移態度」構面之排列等級分析.....	56
分析.....	61	三、各項影響因素在「顧客轉移態度」構面之排列等級分析.....	56	第六節 各構面與影響因素間迴歸分析.....	61
分析.....	61	第六節 各構面與影響因素間迴歸分析.....	61	一、顧客轉移態度與顧客滿意、不滿意迴歸分析.....	61
分析.....	65	一、顧客轉移態度與顧客滿意、不滿意迴歸分析.....	63	二、顧客滿意與各項因素迴歸分析.....	63
分析.....	65	二、顧客滿意與各項因素迴歸分析.....	63	三、顧客不滿意與各項因素迴歸分析.....	65
分析.....	67	三、顧客不滿意與各項因素迴歸分析.....	65	四、各項因素的影響路徑.....	67
分析.....	67	四、各項因素的影響路徑.....	67	第五章 研究結論與建議.....	69
分析.....	69	第五章 研究結論與建議.....	69	第一節 研究結論.....	69
分析.....	76	第一節 研究結論.....	69	第二節 理論與實務上的涵義.....	72
分析.....	76	第二節 理論與實務上的涵義.....	72	第三節 研究建議.....	76
分析.....	81	第三節 研究建議.....	76	參考文獻.....	81
分析.....	81	參考文獻.....	81	中文參考書目.....	81
分析.....	83	中文參考書目.....	81	外文參考書目.....	83
分析.....	83	外文參考書目.....	83	附錄A 預試分析.....	88
分析.....	88	附錄A 預試分析.....	88	第一節 預試信度分析.....	88
分析.....	88	第一節 預試信度分析.....	88	第二節 預試樣本結構.....	89
分析.....	89	第二節 預試樣本結構.....	89	附錄B 問卷.....	91
分析.....	91	附錄B 問卷.....	91		

## 參考文獻

中文參考書目 1.蔡進德，民國83年6月，"服務品質、滿意度與購買傾向關係之研究"，交通大學管理科學研究所未出版碩士論文。 2.許士軍，民國66年，"工作滿足，個人特質與組織氣候-文獻探討及實證研究"，政大學報，35，p.28。 3.李伸一，民國77年，"消費者生活的法律"，第三版，消費者報導雜誌，臺北。 4.中村卯一郎，謝文龍譯，民國81年，"抱怨處理讀本"，遠流，臺北。 5.闕河士，民國80年6月，"消費者抱怨行為及其影響因素"，政治大學企業管理研季所未出版碩士論文。 6.陳昭同，民國82年6月，"消費者購後不滿意反應類型之研究"，東海大學食品科學研究所未出版碩士論文。 7.王志剛、陳正男，民國80年，"行銷學原理"，再版，臺北:華泰書局。 8.

呂長民，民國84年，行銷研究 - 方法論與SPSS/PC+實例應用"，臺北:前程企業管理公司。 9.楊國樞、文崇一、吳聰賢、李亦園，民國78年，社會及行為科學研究法(上冊)，東華書局，PP.330-331324。 10.江昭宗，民國84年6月，"創新顧客價值模式之研究 - 以服務業為例"，元智工學院管理研究所未出版碩士論文。 11.張昭勳、林秀娟，民國83年，"SPSS for Windows統計分析 - 初等統計與高等統計篇"(上、下冊，二版)，松崗出版社。 12.張昭勳，民國83年，"SPSS for Windows多變量統計分析"，松崗出版社。 13.衛南陽，民國85年，"顧客滿意學"，牛頓出版社。 14.日本能率協會著，顧客滿意度測量手法，劉滌昭譯，臺北:中國生產力出版，民國83年。 外文參考書目

- 1.Bearden, William O. and Jesse E.Tell(1983), "Selected Determinants of Consumer Complaint Reports", *Journal of Marketing Research*,20(February),pp21-28.
- 2.Bitner, Mary Jo (1990), "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Response", *Journal of Marketing*, 54(April),pp.69-82.
- 3.Bolton, R.N. and Drew, J.H.(1991),"A longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitude", *Journal of Marketing*, 55(Jan),pp.1-9.
- 4.Bolton,R.N. and Drew,J.H.(1991),"A Multistage Model of Consumers' Assessments of Service Quality and Value", *Journal of Consumer Research*,17(March),pp.375-384.
- 5.Belk,R.M.(1978),"Situational Variables and consumer Behavior", *Journal of Consumer Research*,pp.157-164.
- 6.Boulding, William, Ajay Kalra,Richard Staelin, and Valarie A.Zeithaml(1993),"A Dynamic Process Model of Service Quality,Expectations to Behavioral Intentions", *Journal of Marketing Research*,30(February),pp.7-27.
- 7.Cronin,J.Joesph Jr. and Steven A.Taylor(1992),"Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*,56(July),pp.55-68.
- 8.Day,G.S.(1978),"Are Consumer Satisfied?",in D.A. Asker and G.S. Day,eds. *Consumerism:Search for the Consumer Interest*,3rd ed., New York:Free Press,pp.406-417.
- 9.Day,Ralph L.and E.Laird Landon,Jr(1977),"Towards a Theory of consumer Complaining Behavior",in *Consumer and Industrial Buying Behavior*, Arch Woodsid, Jagdish Sheth,and Peter Bennett,eds. Amsterdam: North-Holland Publishing Company.
- 10.Day,Ralph L.,K.Grabricke,T.Schaetzle,and F.Stavbach(1981),"The Hidden Agenda of Consumer Complaining", *Journal of Retailing*,57(Fall),pp.86-106.
- 11.Donald R. Cooper,C. William Emory,*Business Research Methods*,5th Edition,Richard D.Irwin,Inc.
- 12.Folks,V.S.(1988),Recent Attribution Research in Consumer Behavior:A Review and New Direction,*Journal of Consumer Research*,March,pp.548-561
- 13.Fornell,C. and B. Wernerfelt(1987),Defensive marketing strategy by complaint management:A theoretical analysis,*Journal of Marketing Research* 24,pp.337-346
- 14.Fornell,C. and B. Wernerfelt(1988),A Model for customer complaint management,*Marketing Acience*7,pp.287-298
- 15.Fornell,C.(1992),A National Customer Satisfaction Barometer:The Swedish Experience,*Journal of Marketing*,55(January),pp.1-21
- 16.Richheld,Frederick F. and W. Earl Sasser,Jr.(1990),Zero Defections:Quality Comes to Services,Harvard Business Reviess,68(September-October),pp.105-11
- 17.Susan M.Keaveney(1995),Customer Switching Behavior in Service Industries:An Exploratory Study,*Journal of Marketing*,Vol.59(April),pp.71-82
- 18.Gilbert A. Churchill,Jr.,*Basic Marketing Research*,pp.385-388
- 19.Hirschman,Albert O.(1970),*Exit, Voice and Loyalty:Response to Decline in Firms,Organizations and States*,Cambridge,MA:Harvard University Press.
- 20.Keaveney,Susan M.(1995),Customer Switching Behavior in Service Industries:An Exploratory Study,*Journal of Marketing*,59(April)
- 21.Kelly,Scott W.,K.Doughlas Hoffman,and Mark A.Davis(1993),A typoloty of Retail Failures and Recoveries,*Journal of Retailing*,69(Winter),pp.429-452
- 22.Latour,S.A...& Nancy,C.P.(1979),Conceptual and Methodological issues in consumer saticfaction research,*Advance in Consumer Research*,6,pp.31-37
- 23.Oliver,R.L.and Bearden,W.O.(1985),Disconfirmation Process Comsumer Evaluations in Product Usage,*Journal of Business Research*,pp.235-246
- 24.Parasuraman,A.,Valerie A.Zeithaml and Leonard L.Berry(1988),A Conceptual Model of ServiceQuality and Its Implications for Future Research,*Journal of Marketing*,49(Fall),pp.41-50
- 25.Parasuraman,A.,Valerie A.Zeithaml and Leonard L.Berry(1988),Servqual:A Multiple-Ittem Scale for Meaasuring Consumer Perceptions of Service Quality,*Journal of Retailing*,64(1),pp.12-40
- 26.Rust,Roland T.aand Anthony J.Zahorik(1993),Customer Satisfaction,Customer Retention,and Meaarket Share,*Journal of Retailing*,69(Summer),pp.193-215
- 27.Singh,Jagdip(1988),Comsumer Complaint Intentions and Behavior:Definitional and Taxonomical Issues,*Journal of Marketing*,52(January),pp.93-107
- 28.Singh,Jagdip(1990a),A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles,*Journal of Retailing*,66(Spring),pp.57-99
- 29.Singh,Jagdip(1990b),Identifying Consumer Dissatisfaction Response Styles:An Agenda for Future Research,*European Journal of Marketing*,24(6),pp.52-72
- 30.Singh,Jagdip(1990c),Voice,Exit and Negative World-of-Mouth Behaviors:An Investigation Across Three Service Categories,*Journal of the Academy of Marketing Science*,18(Winter),pp.1-15
- 31.Singh and Pandya(1991),Exploring the Effects of consumers,Dissatisfaction Level on Complaint Behaviors,*European Journal of Marketing*,Vol.25,No.9,pp.7-21
- 32.Swan,J.E.(1983),Comsumer Satisfaction Research and Theory:Current Status and Future Directions,in *Proceedings of the Seventh Annual conference on Consumer Satisfaction Dissatisfaction and Complaining Behavior*,Hunt,H.K.&days,R.L.,eds.,Bloomington:School of Business,Indiana University,pp.124-129
- 33.TARP,1986.*Consumer Complaint handling in America:An update study*.Washington,DC:United States Office of Consumer Affairs
- 34.Westbrook,R.A.,and Oliver,R.L.(1991),The Dimensionability of Consumption Patterns and Consumer Satisfaction,*Journal of Consumer Research*,(June),84-91
- 35.Westbrook,Robert A.and J.W.Newman(1987),An Analysis of Shopper Dissatisfaction for Major Household Appliances,*Journal of Marketing Research*,15,456-466
- 36.Woodruff,R.B.,E.R.Cadotte,and L.Jenkins(1983),Modeling Consumer Satisfaction Processes Using Experience-Based Normas,*Journal of Marketing Research*,20(August),pp.296-304
- 37.Woodruff,R.B.&Roger,L.J.(1987),Expectations and norms in model of consumer satisfaction,*Journal of Marketing Research*,74,305-315
- 38.Zeithaml,Valarie A.(1988),Consumer Perception of Price Quality,and Value:A Means-End Model and Synthesis of Evidence,*Journal of Marketing*,Vol.52(April),pp.2-22
- 39.持本志行，顧客滿足學，產能大學出版部