

服務品質與消費者購後行為相關性之研究：以中部地區百貨業為例

李雅雯、賴其勛；邴傑民

E-mail: 9121670@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，由於經濟迅速發展，因為國民所得大幅的提高，使得國民生活品質也日益提昇，更促使服務業蓬勃發展。在這服務業當頭的時代，加上消費者對於服務品質的要求日益增加。因此，服務業者莫不視提昇服務品質作為永續經營的一項重要方針。本研究選定百貨業為研究對象，探討服務品質對顧客購後行為的影響，以瞭解服務品質良窳的影響力。首先尋找出影響顧客服務之決和購後行為構面，其次再探討服務品質的高低和整體滿意度的高低是否會影響到購後行為。最後，探討顧客過去購買的經驗是否會影響到購後行為反應。研究結果發現：1. 服務品質是由四個構面所形成：有形信任、人員表現、便利反應和貼心關懷。購後行為是由三個構面所形成：忠誠度、公開抱怨行為和私下抱怨行為。2. 員工和顧客對於服務品質認知程度和重要程度看法上有缺口存在。3. 服務品質對整體滿意度之間存在著顯著正相關，而服務品質和整體滿意度對購後行為之間也存在著顯著正相關。4. 在過去購買經驗方面發現--有遇過服務上的問題，但以獲得解決的顧客在購後行為構面中的『忠誠度』和『公開抱怨行為』均有高度的相關性。5. 目前百貨公司的顧客層大致分佈在20歲至29歲的未婚女性，每月收入在40,000元以下，且以學生佔多數，而且大部份的顧客並沒有固定逛百貨公司的習慣。

關鍵詞：服務品質；購後行為；百貨業；百貨公司

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書 中文摘要 誌謝 目錄 圖目錄 表目錄 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機 第二節 研究目的 第三節 研究步驟 第二章 文獻探討 第一節 服務品質之定義 第二節 PZB服務品質觀念性模式與衡量服務品質的要素 第三節 消費者購後行為 第四節 遭遇問題的經驗和解決的衝擊 第三章 研究方法 第一節 研究架構與假說 第二節 研究工具 第三節 研究對象與抽樣方法 第四節 統計分析方法 第五節 研究限制 第四章 實證結果與分析 第一節 服務品質與購後行為構面之分析 第二節 服務品質缺口的評估 第三節 服務品質對購後行為的影響程度 第四節 服務品質與整體滿意度對購後行為之影響 第五節 過去購買經驗與購後行為之相關性 第六節 人格特質與其他變項之關係 第五章 結論與建議 第一節 結論 第二節 研究建議 第三節 後續研究之建議 參考文獻 附錄一 員工問卷 附錄二 顧客問卷

參考文獻

中文部份 1. 李金泉 1992 SAS/PC應用手冊---多變量應用統計與研究分析實務 2. 杉本辰夫 著 盧淵源 譯 事業、營業、服務的品質管制 中興管理顧問公司 民75 3. 張紹勳 林秀娟 1994 SPSS FOR WINDOWS 統計分析---初等統計與高等統計 台北:松崗電腦圖書資料股份有限公司 4. 張紹勳 1995 SPSS FOR WINDOWS多變量統計分析 台北:松崗電腦圖書資料股份有限公司 5. 陳炳宏 1995 服務業類型與服務品質關係之研究 私立中國文化大學企管所碩士論文 6. 陳晏如 1988 銀行業服務品質之實證研究 國立政治大學企研所碩士論文 7. 陳景堂 1996 統計分析: SPSS FOR WINDOWS入門與應用 台北:儒林圖書有限公司 8. 陳耀茂 1997 服務品質管理手冊 遠流出版事業股份有限公司 9. 黃俊英 1995 多變量分析 台北:中國經濟企業研究所 10. 廖見文 1994 國內商業銀行服務品質與其經營績效之研究 私立中國文化大學企研所碩士論文 11. 劉志忠 1997 服務業服務品質與消費者行為意圖關係之研究---以高雄市六家百貨公司為例 國立中山大學企研所碩士論文 12. 蔡國文 1995 企業員工對於組織文化之認同與服務品質關係之研究---以國內某大型百貨公司為例 私立大葉工學院事經所碩士論文 13. 蔡慶祥 1992 我國銀行業服務績效缺口及其實證研究---以台南市銀行業為例 國立中山大學企研所碩士論文 14. 鄭紹成 洪世雄 李正綱 1997 服務業顧客轉換因素之研究 亞太管理評論 第二卷第一期 pp.85-98 15. 賴其勳 1997 消費者抱怨行為、抱怨後行為及其影響因素之研究 國立台灣大學商學研究所博士論文 16. 戴尚義 1993 大型百貨業服務品質之實證研究 國立中山大學企研所碩士論文 17. 闕河士 1989 消費者抱怨行為及其影響因素 國立政治大學企研所碩士論文 18. 蘇雲華 1996 服務品質衡量方法之比較研究 國立中山大學企研所博士論文 英文部分 1. Anderson, Eugene W. and Mary W. Sullivan 1990, Customer Satisfaction and Retention Across Firms, presentation at the TIME College of Marketing Special Interest Conference on Service Marketing, Nashville, TN, (September) 2. Bolton, Ruth N. and James H. Drew 1992, Mitigating the Effect of Service Encounters, Marketing letters, 3(1), pp.57-70 3. Boulding, William, Ajay Kalra, Richard Staelin, and Valerie A. Zeitham 1993, A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation to Behavioral Intentions, Journal of Marketing Research, 30(February), pp.7-27 4. Buzell, Robert D. and Bradley T. Gale (1987), The PIMS Principles, New York: The Free Press 5. Christian Gronroos 1983, Strategic Management and Marketing in the Service Sector, (Boston: Marketing Science Institute), May, pp.63 6. Crpnin, J. Joseph, Jr. and Steven A. Taylor 1992, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, Journal of Marketing, 56(July), pp.55-68 7. Crosby P.B. 1979, Quality is free, New York: McGraw-Hill Book Co. 8. David A. Garvin, What Does 'Product Quality' Really Mean?, Sloan Management Review, Fall, pp.25-43 9. Day R.

1977, Extending the Concept of Consumer Satisfaction, in Advance in Consumer Research, W.D. Perreault Jr. (Association for Consumer Research)

10. Diner, Betty J. and Stephen A. Greyser 1978, Consumer View of Redress Needs, *Journal of Marketing*, 42(October), pp.21-27

11. Etzel, M., and B. Silverman 1981, A Managerial Perspective on Directions for Retail Customer Dissatisfaction Research, *Journal of Retailing*, pp.124-139

12. Fornell and Claes and Birger Wernerfelt 1988, A Model for Customer Complaint Management, *Marketing Science*, 7(Summer), pp.271-286

13. ----and---- 1987, Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis, *Journal of Marketing Research*, 24(November), pp.54-59

14. Greising, David 1994, Quality: How to Make It Pay, *Business Week* (August 8), pp.54-59

15. Juran J.M. 1974, *Quality Control Handbook*, New York: McGraw-Hill Book Co.

16. Keaveney 1995, Susan M., Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study, *Journal of Marketing*, 59(April), pp.71-82

17. Kotler Philip 1987, *The Principle of Marketing*, Prentice Hall Ltd. Ch23

18. Labarbera 1983, Priscilla A. and David Mazursky, A Longitudinal Assessment of Consumer