

銀行業服務品質與顧客滿意度研究-以信用卡為例

林志寰、劉原超；郝傑民

E-mail: 9220884@mail.dyu.edu.tw

摘要

「金融控股公司法」立法通過後，金融業跨業合併的限制已被解除，而國內金融業也多期待能夠經由跨業經營與組織再造，來創造有利的經營環境。近年來國人消費觀念的改變和金融商品的增加，加上新銀行和外商銀行爭相開發信用卡業務，尤其是在新銀行加入後，多以高服務品質與高效率為號招來吸引顧客。本研究主要探討銀行業服務品質影響顧客滿意度之主要因素為何，並針對其顧客滿意度進行之深入研究。研究發現服務品質對於顧客滿意度具有部分顯著性相關；不同的服務品質對於顧客滿意度沒有顯著性差異；性別的不同對於服務品質各構面部分具有顯著性差異；年齡的不同對於服務品質各構面部分具有顯著性差異；職業的不同對於服務品質各構面部分具有顯著性差異；教育程度的不同對於服務品質各構面部分具有顯著性差異；婚姻狀態與實際可支配金額的不同對於服務品質各構面沒有顯著性差異。而性別、婚姻狀態、年齡、職業、年齡與每月實際可支配的金額的不同對於顧客滿意度沒有顯著性差異。

關鍵詞：銀行業服務品質；顧客滿意度；信用卡

目錄

目錄封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii
中文摘要 iv 英文摘要 v 誌謝 vi	
目錄 vii 圖目錄 x 表目錄 xi	
第壹章 緒論 1 第一節 研究背景 1 第二節 研究動機 6 第三節 研究目的 8 第四節 研究流程 9	
第貳章 文獻探討 10 第一節 服務的定義與特性 10 第二節 品質的定義 12 第三節 服務品質的定義 13 第四節 服務品質的構面 17 第五節 服務品質的觀念化模式 22 第六節 服務品質的衡量 29 第七節 顧客滿意度的定義 33 第八節 顧客滿意度之衡量 34 第九節 服務品質與顧客滿意度關聯性 36 第參章 研究方法 38 第一節 研究架構 38 第二節 研究假說 38 第三節 研究變數與操作性定義 41 第四節 問卷設計 42 第五節 問卷前測 45 第六節 抽樣設計與樣本結構 45 第七節、資料分析方法與研究架構 47 第肆章 資料分析與結果 50 第一節 樣本分析 50 第二節 服務品質之因素分析 51 第三節 服務品質之集群分析與區別分析 56 第四節 服務品質與顧客滿意度之相關分析 58 第五節 服務品質群與顧客滿意度之差異性分析 59 第六節 人口統計變數與銀行服務品質之差異性分析 60 第七節 人口統計變數與顧客滿意度之差異性分析 65 第伍章、結論與建議 68 第一節 研究發現 68 第二節、對實務界之建議 71 第三節 研究貢獻 72 第四節 研究限制 73 第五節 後續研究建議 73 參考文獻 74 一、中文部份 74 二、網站 77 三、英文部份 77 附錄.....	82
圖目錄 圖 2.5.1 Sasser et al., 服務水準整合模式 22 圖 2.5.2 服務金三角模式 24 圖 2.5.3 服務品質的觀念化模型 28 圖 2.6.1 績效與期望差距模式 29 圖 3.1.1 研究架構 38 表目錄 表1.1.1 近12年信用卡成長狀況 3 表1.1.2 預借現金成長趨勢 5 表1.1.3 近12年國內信用卡滲透率 6 表2.3.1 服務品質定義 16 表2.4.1 PZB之服務品質構面 18 表2.4.2 服務品質構面 20 表2.4.3 銀行服務品質構面 21 表2.6.1 SERVQUAL量表的衡量構面與組成 30 表2.6.2 服務品質量表之比較 32 表2.7.1 顧客滿意度的定義 34 表2.9.1 服務品質與顧客滿意度關聯性 36 表3.4.1 服務品質問題構面與對應問卷題目對照表 43 表3.4.2 顧客滿意構面與對應問卷題目對照表 44 表3.5.1 研究變項之Cronbach's 表(前測) 45 表3.6.1 台灣地區人口比例及樣本數 46 表4.1.1 人口特性結構 51 表4.2.1 KMO與Bartlett檢定表 52 表4.2.2 服務品質可靠與反應性因素分析表 53 表4.2.3 服務品質保證與關懷性因素分析表 54 表4.2.4 服務品質安全性因素分析表 55 表4.2.5 服務品質有形性因素分析表 55 表4.3.1 服務品質群數凝聚過程係數 56 表4.3.2 服務品質區別放果分析表 57 表4.3.3 服務品質群與服務品質構面分析表 57 表4.4.1 總體滿意度與服務品質之相關性分析表 58 表4.5.1 銀行業服務品質之集群與總體滿意效果分析表 59 表4.5.2 銀行業服務品質之集群與各滿意度變項分析表 59 表4.6.2 性別與服務品質因素構面之差異性分析 60 表4.6.3 婚姻與服務品質因素構面之差異性分析 61 表4.6.4 年齡與服務品質因素構面之差異性分析 62 表4.6.5 年齡與服務品質因素構面之Scheffé事後檢定 62 表4.6.6 職業與服務品質因素構面之差異性分析 63 表4.6.7 職業與服務品質因素構面之Scheffé事後檢定 63 表4.6.8 教育程度與服務品質因素構面之差異性分析 64 表4.6.9 教育程度與服務品質因素構面之Scheffé事後檢定 64 表4.6.9 實際可支配金額與服務品質因素構面之差異性分析 65 表4.7.1 性別與顧客滿意度之差異性分析 65 表4.7.2 婚姻狀態與顧客滿意度之差異性分析 66 表4.7.3 年齡與顧客滿意度之差異性分析 66 表4.7.4 職業與顧客滿意度之差異性分析 67 表4.7.5 教育程度與顧客滿意度之差異性分析 67 表4.7.6 每月實際可支配的金額與顧客滿意度之差異性分析 67 表5.1.1 研究假說之結果彙整 69	

參考文獻

參考文獻 一、中文部份 1. 王苓勤(1992)，「銀行服務品質與服務價值之實證研究」，台灣大學商學研究所未出版碩士論文。 2. 王克

捷(1988),「品質的歷史觀:五位大師的理論」,生產力雜誌,91-98頁。3.朱敏慎(1996),「公民營銀行對一般民眾的服務品質之探討與分析」,國立交通大學管理科學研究所未出版碩士論文。4.呂俊民(1995),「我國一般銀行顧客滿意來源之研究-以高雄為例」,中山大學企業管理研究所未出版碩士論文。5.何雍慶,蘇雲華(1995),「服務行銷顧客滿意模式與服務品質模式之比較研究」,輔仁管理評論,第二卷,第二期,36-58頁。6.李惠珍(1993),「壽險業服務品質與顧客滿意度之關係」,中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。7.李永年(1998),「商品品質與服務品質對顧客滿意度及忠誠度之影響-以加油站為例」,國立政治大學企業管理研究所未出版碩士論文。8.李銘章(1995),「銀行業服務品質、顧客滿意與獲利能力因果性關係之研究」,雲林技術學院企業管理技術研究所未出版之碩士論文。9.林恬仔(2000),「旅館服務品質、顧客滿意度與再宿意願關係之研究」,私立長榮管理學院經營管理研究所未出版碩士論文。10.林能白、丘宏昌(1999),「服務人員人格特質之影響分析與應用」,管理學報,第十六卷,第二期,190頁。11.尚郁慧(1996),「本國一般銀行顧客滿意度與忠誠度關係之研究」,淡江大學管理科學研究所未出版碩士論文。12.周逸衡、關復勇、滕以勇(1998),「人員服務接觸與消費者反應間關係之研究-以眼鏡業為例」,中華民國商業流通研討會。13.周泰華、黃俊英、郭德寶(1999),「服務品質與顧客滿意評量模式之比較研究」,輔仁管理評論,第六卷,第一期,62頁。14.洪碧霞(1992),「銀行經營績效與服務品質之實證研究」,淡江大學管理科學研究所未出版碩士論文。15.翁翠媛(1999),「網際網路服務品質構面之探討-以專業財經資料為例」,國立台灣大學商學研究所未出版碩士論文。16.翁文立(1994),「服務業服務品質之研究-台灣中、南部新設民營銀行櫃檯服務品質為實證」,中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。17.翁聖宗(1995),「美髮業服務品質與品牌忠誠關係之研究」,國立中山大學企業管理研究所未出版碩士論文。18.翁崇雄(1998),「期望服務與服務績效影響服務品質評量之研究」,台大管理論叢,第9卷,第一期,153-175頁。19.梁瓊如(1992),「消費者評估服務品質與價值之多階段模型-以銀行業為實證研究對象」,台灣大學商學研究所未出版碩士論文。20.許德南(2002),「九十一年七月份北區擴大業務會報總經理政策指示」,華銀月刊,第52卷,第七期,5-6頁。21.陳耀茂(1997),「服務品質管理手冊」,遠流出版事業股份有限公司出版有限公司出版。22.陳晏如(1988),「銀行業服務品質之實證研究」,政治大學企業管理研究所未出版碩士論文。23.郭德寶(1999),「服務業顧客滿意評量模式之研究」,博士論文,中山大學企業管理研究所未出版碩士論文。24.曾正文(2002),「消費者對服務品質的期待程度與滿意程度之研究-以電腦門市為例」,國立中正大學企業管理研究所未出版碩士論文。25.葉炳宏(1983),「銀行全面性品管制度的建立」,基層金融,第八期,77頁。26.彭淑媛(1998),「網路購物商店服務品質與再購意願之實證研究」,私立實踐大學企業管理研究所未出版碩士論文。27.楊淑惠(1997),「電腦資訊服務品質之研究-台中區域工業區為例」,碩士論文,靜宜大學管理科學研究所未出版碩士論文。28.溫禮華(1997),「服務品質與顧客滿意度之探討-以商業銀行為例」,私立元智工學院研究所未出版碩士論文。29.劉原超(2002),「加盟連鎖業者如何在動態的經營環境中塑造創新價值。」30.鄭玉瑞(1997),台灣物流業的發展趨向與策略規劃,台灣經濟金融月刊,4月,第三十四卷,第四期,48-50頁。31.蕭至惠、白純菁(2000),「銀行顧客滿意度之分析研究」,企銀季刊,第24卷,第一期,225-250頁。32.謝依靜、丘宏昌(1998),「服務品質理論及衡量方法之探討」,台北銀行月刊,第28卷,第2期,18-31頁。33.謝祥孟(1996),「顧客滿意度模式之實證研究-以台北市本國一般商業銀行為例」,台灣大學商學研究所未出版碩士論文。34.蘇雲華(1996),「服務品質衡量方法之比較研究」,國立中山大學企業管理研究所未出版博士論文,20、26頁。二、網站1. <http://www.moneydj.com/default.htm>精實即時財經新聞2. <http://www.boma.gov.tw/> 財政部金融局3. <http://www.moi.gov.tw/W3/stat/>內政部統計處三、英文部份1. Bateson, E. G., (1977), "Do We Need Service Marketing?" in Marketing Consumer Service: New Insights, Cambridge, MA: Marketing Science Institute, Dec., pp. 77-115. 2. Berry, (1980), "Services Marketing Is Different," Business, Vol. 30, May-June., pp. 24-29. 3. Bojanic, D. C., (1991), "Quality Measurement in Professional Service Firms," Journal of Professional Services Marketing, 7(2), pp. 27-35. 4. Colletti, D. L., (1987), "Retail Banking Success:Aquestion of Quality," Bank Administration April., pp. 42-48. 5. Farsad, B. & Elshennawy, A. K., (1989), "Defining Service Quality is Difficult for Service and Manufacturing Firms," Industrial Engineering, March., pp. 17-19. 6. Fornell, C., (1992), "A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience," Journal of Marketing, 55, Jan., pp.1-21. 7. Garvin, D. A., (1984), "what Does Product Quality Really Mean," Sloan Management Review, Fall., pp. 25-43. 8. Garvin, D. A., (1983), "Quality on the Line," Harvard Business Review, 61, Sep-Oct., pp. 65-73. 9. Gronroos, D., (1983), "Strategic Management and Marketing in service Sector Marketing Science Institute," Boston:Marketing Science Institute. 10. Hemple, D. J., (1997), "Consumer Satisfaction with the Home Buying Process: Conceptualization and Measurement," The Conceptualization of Consumer of Satisfaction and Dissatisfaction, H.K. Hunt ed, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute, p. 7. 11. Intter, C. D., & Larcker D. F., (1998), "Are Nonfinancial Measures Leading Indicators of Financial Performance? An Analysis of Customer Satisfacation," Journal of Accounting Research, Vol.36, pp. 1-35. 12. Juran, J. M., (1974), "Quality Control Handbook," McGraw-Hill, NY. 13. Juran, J. M., (1986), "A Universal Approach to Managing for Quality," Quality Progress. Dec, pp. 19-24. 14. Karl, A., (1985), "Achieving Excellence in Service," Training and Developing Journal, p. 65. 15. Kelley, S. W., (1993), "Discretion and the Service Employee," Journal of Retailing, 69, Spring., pp. 104-126. 16. Kotler, P., (1994), "Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Contro," I, 8thed. Englewood Cliffs: Prentice-Hall. 17. Kotler, P., (1991), Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control, 7th edition : Prentice-Hell. 18. Kasiser, H. F., (1974), An index of factorial simplicity. Psychometrika, 39, pp. 31-36. 19. Leonard, L., Berry, and Parauraman L.A., (1991), "Marketing Service Competing Through Quality," p. 7. 20. Lovelock, C. H., (1983), "Classifying Services to Gain Strategic In sights," Journal of Marketing, Summer., pp. 76-87. 21. Martin, W. B., (1986), "Defining what service quality is for you," Cornell HRB Quality, Feb., pp. 32-38. 22. Oliver, R. L., (1981), Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings," Journal of Retailing, Vol. 57, No.3, Fall., pp. 18-48. 23. Parasuraman et al., (1988), "SERVQUAL:A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service," Journal of Rtailing, Vol.64, pp. 12-40. 24. Parasuraman et al., (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale," Journal of Retailing, Vol. 69, pp. 140-147. 25. Parasuraman et al., (1985), Conceptual Model of Service Quality and its

Implication for Future Research, " Journal of Marketing, Vo1. 49, pp. 41-60. 26. Parasuraman et al., (1985), " A Conception Model of Service Quality and Its Implications for Future Research " Journal of Marketing, Vol. 49, p. 48 27. Parasuraman et al., (1985), " Aconceptual model of service quality and its implications for future research " Journal of Marketing, Vol. 49, fall, p. 44 28. Rathmell, J. M., (1974), " Marketing in the Services Sector, " Cambridge, MA: Winthrop. 29. Regan, W. J., (1963), " The Service Revolution, " Journal of Marketing, Vol. 27. July, pp. 57-62. 30. Reidenbah, R. E., Minton, A. P., (1991), " Customer Service Segments:Strategic Implication for the Commercial Banking Industry, " Journal of Professional Service Marketing , No.6. 31. Sasser, W. E., Olsen, R. P. & Wyckoff, D. D. (1978), " Management of Service operations:Text and Cases, " Boston:Alley and Bacon. 32. Saleh, F. & Rvaan, C, (1991), " Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using SERVQUAL Model, " Service industries journal, Vol. 11. July, pp. 324-345. 33. Shostack, G. L, (1977), " Breaking Free From Product Marketing, " Journal of Marketing, Vol. 41, No. 2. April, pp. 73-80. 34. Tes, D.K. & Wilton, (1988), " Models of Consumer Satisfaction Formation; An Extension " , Journal of Marketing, Vol. 52, No.2, pp. 204-212. 35. Woodruff, R., Schumann, D. W., & Gardial, S. F., (1993), Survey of Business, (1993), Summer/Fall, pp. 33-40. 36. Wen-Hsien Chen, " Benchmarking quality goals in service systems, " The journal of Services Marketing, Vol. 12, No.2, 1998, pp. 113-128. 37. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckof, A, (1978), " Management of service Operations " , allyn and Bacon, p. 21. 38. Zeithaml, V. A., & Gilly, M. C., (1987), " Characteristics Affecting The Acceptance Of Retailing Technologies: A Comparison Of Elderly And Nonelderly Consumers, " Journal of Retailing, 63(1), pp. 49-68.