

服務接觸滿意度與購後行為關聯性之研究-以推廣教育為例

鄭錫聰、賴其勛；張景旭

E-mail: 9223254@mail.dyu.edu.tw

摘要

「教育是最好的經濟政策。」這是英國首相布萊爾的名言。隨著知識經濟時代的來臨，佈局全球、走向「終身學習」，已是時代發展的必然趨勢。以實現「終身學習」為職志的大學推廣教育，為了掌握這一股潮流，乃更積極的開辦各類課程，期能在激烈的競爭中，找出自己的市場區隔，並以更佳的服務品質提升顧客滿意。有鑑於此，本研究乃試圖以行銷的觀點，探討推廣教育服務接觸滿意對購後行為的影響。茲列述研究之目的與發現如下：一、研究目的（一）瞭解推廣教育服務接觸構面有哪些要項特別受到學員重視。（二）瞭解較受重視的服務接觸要項，學員的滿意程度如何。（三）探討學員個人屬性、班別屬性變數對服務接觸構面的重視程度與滿意程度是否有差異？（四）探討學員個人屬性、班別屬性變數對購後行為是否有差異？（五）瞭解推廣教育服務接觸的滿意度對購後行為的影響。二、研究發現（一）學員個人屬性、班別屬性對服務接觸構面的重視程度沒有顯著差異。（二）學員個人屬性、班別屬性對服務接觸構面的滿意程度有明顯差異。比較重要的發現是：年齡較大教育程度較低的非學分班學員滿意度較高，而年輕的學分班學員滿意度明顯偏低。（三）學員個人屬性、班別屬性對購後行為有明顯差異。比較重要的發現是：年齡較大、教育程度較低的學員對於「重覆購買」、「口碑推薦」的意願較強。而年輕的學分班學員則傾向「不滿意」、「抱怨」。（四）服務接觸滿意對購後行為有意圖有顯著影響。比較重要的發現是：(1)學員的滿意度愈高，對重覆購買與口碑推薦的意願就愈大。(2)影響購後行為意圖的重點策略是：提升專業師資。

關鍵詞：服務接觸；購後行為；大學推廣教育

目錄

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv
.....	iv	英文摘要.....	vi
.....	viii	目錄.....	x
.....	xii	表目錄.....	xiii
.....	xiii	第一章 緒論 第一節 研究背景.....	1
.....	3	第二節 研究目的.....	3
.....	3	第二章 文獻探討 第一節 服務接觸.....	5
.....	16	第二節 人員服務接觸之相關理論.....	16
.....	35	第三節 顧客滿意度與購後行為之相關理論.....	21
.....	40	第四節 推廣教育學習滿意因素.....	35
.....	44	第三章 研究方法 第一節 研究架構與研究假設.....	40
.....	44	第二節 研究對象與資料蒐集.....	44
.....	45	第三節 問卷設計.....	45
.....	47	第四節 資料分析方法.....	47
.....	47	第四章 資料分析與實證結果 第一節 學員基本資料描述.....	50
.....	53	第二節 服務接觸與購後行為構面之資料分析.....	53
.....	61	第三節 服務接觸構面之因素分析與信度分析.....	61
.....	65	第四節 個人屬性、班別屬性對服務接觸與購後行為之差異分析.....	65
.....	79	第五節 服務接觸滿意度對購後行為之影響.....	79
.....	86	第六節 研究假設與實證結果之比較.....	86
.....	89	第五章 結論與建議 第一節 研究結論.....	89
.....	93	第二節 行銷與管理意涵.....	93
.....	94	第三節 研究限制.....	94
.....	96	第四節 後續研究建議.....	96
.....	100	參考文獻 中文部分.....	100
.....	6	英文部分.....	100
.....	6	附錄一 問卷 圖目錄 圖2-1 顧客接觸模式.....	6
.....	8	圖2-2 服務實景之理論架構.....	8
.....	10	圖2-3 服務經營系統觀念.....	10
.....	13	圖2-4 服務藍圖之構成要素.....	13
.....	14	圖2-5 服務接觸之分析架構.....	14
.....	18	圖2-6 公司、顧客與前線員工知覺控制關係圖.....	18
.....	25	圖2-7 服務接觸流程之滿意模式.....	25
.....	29	圖2-8 EMB模式.....	29
.....	29	圖2-9 消費者購買評價模式.....	29
.....	32	圖2-10 消費者抱怨行為分類.....	32
.....	33	圖2-11 不滿意消費者行為分類.....	33
.....	40	圖3-1 研究架構圖.....	40
.....	11	表目錄 表2-1 服務行銷系統中之有形元素及溝通成分.....	11
.....	19	表2-2 專業服務角色扮演的含意.....	19
.....	48	表2-3 學習滿意度涵括構面一覽表.....	48
.....	52	表3-1 信度分析：各構面之Cronbach's 係數.....	52
.....	54	表4-1 人口統計變數與基本背景.....	54
.....	54	表4-2 行政支援之重視程度及滿意程度.....	54
.....	55	表4-3 實體設備之重視程度及滿意程度.....	55
.....	56	表4-4 課程教材之重視程度及滿意程度.....	56
.....	56	表4-5 教師特質之重視程度及滿意程度.....	56

.....57	表4-6 就業輔導之重視程度及滿意程度.....	58	表4-7 購後行為之同意程度.....
.....59	表4-8 服務接觸滿意度因素分析結果.....	62	表4-9 信度分析：各構面之Cronbach's 係數.....
.....65	表4-10 個人屬性及其班別屬性對服務接觸重視程度之差異情形.....	66	表4-11 不同性別在服務接觸重視程度各構面之平均值.....
.....66	表4-12 個人屬性及其班別屬性對服務接觸滿意度之差異情形.....	67	表4-13 不同性別在服務接觸滿意度各構面之平均值.....
.....67	表4-14 不同年齡在服務接觸滿意度各構面之平均值.....	68	表4-15 不同教育程度在服務接觸滿意度各構面之平均值.....
.....69	表4-16 不同班別屬性在服務接觸滿意度各構面之平均值.....	69	表4-17 個人屬性及其班別屬性對購後行為之差異情形 (P值).....
.....70	表4-18 不同性別在購後行為之平均值.....	70	表4-19 不同年齡在購後行為之平均值.....
.....71	表4-20 不同教育程度在購後行為之平均值.....	72	表4-21 不同班別屬性在購後行為之平均值.....
.....73	表4-22 訊息來源、參加班別、上課地點、參加次數對購後行為之差異.....	73	表4-23 不同參加班別在購後行為之平均值.....
.....74	表4-24 不同上課地點在購後行為之平均值.....	75	表4-25 不同參加次數在購後行為之平均值.....
.....76	表4-26 服務接觸整體滿意度對重覆購買迴歸分析結果.....	79	表4-27 服務接觸整體滿意度對口碑推薦迴歸分析.....
.....80	表4-28 服務接觸整體滿意度對抱怨迴歸分析結果.....	80	表4-29 不滿意與抱怨次數分配表.....
.....81	表4-30 不滿意與抱怨相關係數表.....	82	表4-31 服務接觸各構面滿意度對購後行為之迴歸分析變數.....
.....82	表4-32 服務接觸各構面滿意度對重覆購買迴歸分析結果.....	83	表4-33 服務接觸各構面滿意度對口碑推薦迴歸分析結果.....
.....84	表4-34 服務接觸各構面滿意度對抱怨之迴歸分析結果.....	85	表4-35 研究假設與實證結果對照分析.....
.....87			

參考文獻

考文獻 一.中文部份 1. 王碧嬋(民88), 以消費動機、服務品質與購後行為關係之研究 — 以大學推廣教育為例, 國立中正大學企業管理研究所碩士論文。 2. 天下雜誌 (民91), 全球接軌 在地行動 培養E世代人才, 天下雜誌, 第259期, 頁90。 3. 李雅雯(民87), 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。大葉大學事業經營研究所碩士論文。 4. 丘宏昌、林能白(民90), 以需求理論為基礎所建立之服務品質分類, 管理學報, 第十八卷, 第二期, 頁231-253。 5. 呂俊民(民84), 我國一般銀行顧客滿意來源之研究 — 以高雄市為例, 中山企研所未出版碩士論文。 6. 吳幸容(90), 行動電話消費滿意度之研究, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。 7. 吳奇乘(民90), 環境變遷下大學推廣教育部門及人員因應方研究 — 以中部私立大學為例, 大葉大學工業關係研究所碩士論文。 8. 周逸衡、關復勇、凌儀玲(民87), 眼鏡零售業人員服務接觸與顧客反應間關係之研究, 亞太管理評論, 第三卷, 第二期, 頁149-164。 9. 周逸衡、蘇雲華(民85), 台灣服務行業發展沿革之研究, 企業管理學報, 第三十八期, 頁 85-102。 10. 林英峰(民76), 「服務業作業系統之設計」, 服務業管理學術論文研討會論文, 台北:中華民國管理科學學會, 10月。 11. 洪瑞敏(民90), 以科技介入服務接觸之研究 — 以美髮服務業為例, 國立中山大學企業管理學系碩士論文。 12. 倪明章(民80), 連鎖性便利商店消費者的滿意程度與抱怨行為之研究, 淡江管科所未出版碩士論文。 13. 夏光華(民90), 以大學推廣教育之行銷策略探討, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 14. 馬芳婷(民78), 社教機構短期研習班教師教學行為與學生學習滿意度之研究。國立台灣師範大學社會教育研究所碩士論文。 15. 凌儀玲、黃俊英(民88), 醫療服務接觸之劇場觀點, 醫院雜誌, 第31卷第五期, 頁33-42。 16. 凌儀玲(民89), 醫療服務滿意反應之研究 — 重要事例分析法之應用, 醫院雜誌, 第33卷, 第6期, 頁26-40。 17. 徐村和、朱國明、詹惠君(民88)廣告業服務接觸與顧客行為意圖。關係之研究 — 模糊語意尺度之應用, 東吳經濟商學學報, 第二十六期, 頁1-25。 18. 張琦雅(民87), 服務接觸與服務品質之關聯性研究-以推廣教育之口譯教學為例, 國立中興大學企研所未出版碩士論文。 19. 曹瓊文(民89), 以專業服務接觸、實體環境線索、性別刻板印象與顧客反應關係之研究 — 以牙科醫病互動性服務為例, 國立成功大學國際企業研究所論文。 20. 陳麗雅(民90), 以關係結合方式與顧客忠誠度關聯性之研究 — 證券業服務接觸之分析, 銘傳大學國際企業管理研究所碩士論文。 21. 陳曉菁(民90), 以服務技術接觸與顧客互動品質間關係之研究 — 以銀行服務為例, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系碩士論文。 22. 曾逢文(民76), 服務業消費者滿意因素之研究 — 以線性結構模式為方法, 交大管科所未出版之碩士論文。 23. 黃俊英、林震岩(民76), SAS精析與實例, 初版再印, 台北:華泰, 1997年5月。 24. 黃玉湘(民91), 我國社區大學學員學習動機與學習滿意度之研究。中正大學成人及繼續教育研究所碩士論文。 25. 黃益松(民90), 在職進修部學生學習動機、學習滿意度與學習後行為關係之研究。中華大學工業工程與管理研究所碩士論文。 26. 楊國賜(民76), 社會教育理念。台北:師大書苑有限公司。 27. 楊振富(民91), 第五項修練IV學習型學校, 台北:天下文化。 28. 葛樹人(民85), 心理測驗學, 第三版, 台北:桂冠。 29. 鄔文萍(民89), 以我國學推廣教育發展之探討, 東吳大學企業管理學系碩士論文。 30. 趙韶豐(民89), 服務接觸滿意關鍵因素之研究 — 以餐飲業為例, 中山大學企業管理研究所碩士論文。 31. 劉志忠(民86), 服務業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, 國立中山大學企業管理研究所士論文。 32. 滕以勇(民86), 以人員服務接觸與顧客反應間關係之研究 — 以眼鏡業為例, 國立中山大學企業管理研究所碩士論文。 33. 鄭田(民84), 「交通部電信研究所學員覺察之學習滿意度調查」, 交大管研所未出版碩士論文。 34. 諸承明(民88), 台灣企業人力資源管理個案集, 初版, 台北:華泰書局。 35. 賴其勛(民86), 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。 36. 魏正元(民84), 以人員為核心的服務接觸之研究-互動模式的探索, 行政國科會專題研究成果報告。 37. 魏正元(民85), 現代服務業社會中服務人員行為與教育之探討, 商業職業教育季刊, 第66期, 頁63-69。 38. 謝寶媛(民86), 從服務接觸談圖書館之服務環境管理, 大學圖書館, 1卷4期, 頁31-51。 39. 關復勇(民87), 專業服務接觸互動行銷中關係品質知覺之研究-以護理人員與病患間關係為例, 中山大學企業研究所博士論文。 40. 蘇恆毅(民90), 以大台北都會區高運量大眾捷運系統服務品質、顧客滿意度與購後行為之研究, 國立海洋大學航運管理學系碩士論文。 二、英文部分 1. Baker, Julie(1987), "The Role of

Environment in Marketing Services: The Consumer Perspectives," in John A. Czepiel, Carole A. Congram and James Shanahan(Eds), *Service Challenge: Integrating for Competitive Advantage*, Chicago: American Marketing Association, pp.79-84. 2. Baker, L.L. Berry, and A. Parasuraman(1988), " The Marketing Impact of Branch Facility Design," *Journal of Retail Banking*, Vol.10(2), pp.33-42. 3. Bateson, J. E.G. (1985), " Perceived Control and the Service Encounter " , in *The Service Encounter*, Czepiel J. et al., Lexington MA: A. Lexington Books: pp.67-82. 4. Bearden, and Teel(1983), " Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complaint Reports " *Journal of Marketing Research* , Vol.20, pp.21-28. 5. Biggers, Thompson and Bert Pryor(1982), " Attitude Change: A Function of the Emotion-Eliciting Qualities of Environment," *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol.8(1),94-99. 6. Bitner, M.J. (1990), " Evaluating service encounters: the effects Of physical surroundings and employee responses " , *Journal of Marketing*, Vol.54, pp.55-68. 7. Bitran, Gabriel and Lojo, Maureen, 1993, " A Framework for Analyzing the Quality of The Customer Interface " , *European Management Journal*, 11, pp.385-396, December. 8. Bitner, Mary Jo(1990), " Evaluating Service Encounter: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," *Journal of Marketing*, Vol.54(April), pp.69-82. 9. Bitner, Mary Jo(1992), " Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employee," *Journal of Marketing*, Vol.56(April), pp.57-71. 10. Bitner, Bernard H. Booms, and Mary Stanfield Tetreault(1990), " The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents," *Journal of Marketing*, Vol. 54(January), pp.71-84. 11. Binter, Bernard H. Booms, and Lois A. Mohr(1994), " Critical Service Encounter: The Employee's Viewpoint," *Journal of Marketing*, Vol.58(Oct), pp.95-106. 12. Bitran, Gabriel and Maureen Lojo(1993), " A Framework for Analyzing the Quality of the Customer Interfact," *European Management Journal*, Vol. 11(4), pp.385-396. 13. Boulding, W.,A. Kalra, R. Staelin, and V. A. Zeithaml(1993), " A Dynamic ProcessModel of Service Quality: Form Expectations To Behavioral Intentions," *Journal of Marketing Research*, Vol.30(2), pp.7-27. 14. Bolton, Ruth N, James H. Drew (1991), " A Multistage Model of Customers ' Assessments of Service Quality and Value," *Journal of Consumer Research* , Vol.17(March), pp.375-384.. 15. Carlzon, Jan(1987),*Moments of Truth*, Cambridge, MA: Ballinger Publishing CO.,3. 16. Churchill, G. A. and C. F. Surprenant(1982), " An Investigation into the Determinations of Customer Satisfaction," *Journal of Marketing Research*, Vol. 5(November), pp.491-504. 17. Cronin, J. Joseph Jr., Steven A. Taylor(1992) , " Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension " , *Journal of Marketing*, Vol.56(July), pp.55-68. 18. Czepiel, J.A., M.R. Solomon, and C.F. Surprenant (1985), *The Service Encounter: Managing Employee/Customer Interaction In Service Business*, Lexington Books. 19. Czepiel, John A(1990), " Serice Encounter and Service Relationship : Implications for Research," *Journal of Business Research* ,Vol.20m, L13-21. 20. Czepiel,John A, Solomon Michael R, and Gutman Evelyn G.(1985) " Service Encounter:An Overview " , in *The Service Encounter Managing Employee/Customer Interaction in Service Business*. John A. Czepiel, Michael R. Solomon, and Carol F . Surprenant, eds.,Lexington Books, Lexington, MA, pp.3-15. 21.Czepiel, John A.(1990), " Service Encounters and Service Relationships: Implications for Research," *Journal of Business Research*, Vol.20, pp.13-21. 22. Czepiel, Michael R. Solomon, Carol F. Surprenant, and Evelyn G. Gutman(1985) " Service Encounters: An Overview," in John A Czepiel, Michael R. Solomon, and Carol F. Surprenant(Eds), *The Service Encounter*, Lexington,MA:Lexington Books, pp.1-15. 23. David L Loudon & Albert J. Della Britta *Consumer Behavior Concepts and Applications* , and ed. , (New York : Mc-Graw Hill, 1984), p.690. 24. Day, Ralph L. & E. Laird Landon(1977), *Toward a Theory of Consumer Complaining Behavior*, In *consumer and Industrial Buying Behavior*, eds., Jagdish Sheth Archwoodside & Peter Bennett, Amsterdam: North Holland Publishing Company Press. 25. Engel James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard (1995), *Consumer Behavior*,8th ed., New York: Dryden. 26. Engel, James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard (1995), *Consumer Behavior*, 8th ed., New York: Dryden. 27. Fisk, R. P.(1981), " Toward a Consumption/Evaluation Process Model for Services," in Donnelly, J.H. and George, W.R.(Eds),*The Service Encounter*, Lexington Books, Lexington, MA, pp.3-15. 28. Fisk, S. W. Brown and Mary Jo Bitner(1993), " Tracking the Evolution of the Service Marketing Literature," *Journal of Retailing*, Vol. 69(Spring), pp.13-60. 29. Gardner, C.A. (1987), " The Marketing Implications of the Relationship Between Role Expectation and Consumer Satisfaction in Professional Services Encounter " , Doctoral Dissertation. The George Washington University. 30. Gronroos, C.(1984), " A Service Quality Model and Its Marketing Implications," *European Journal of Marketing*, Vol. 4, pp.121-125. 31. Grove, S.J. and R. P. Fisk (1992), " Observational data collection Methods for services marketing: an overview " , *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.20 , (Summer), pp.217-240. 32. Grove, Stephen J., Raymond P. Fisk and Michael J. Drosch (1998), " Assessing the Theatrical Components of the Service Encounter: A Cluster Analysis Examination " , *Service Industries Marketing*, Vol.18, (July), pp.116-134. 33. Goffman, E. (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York, NY.Doubleday and Co. 34. Goh, T. N.(1996), " A framework for quality assurance in teaching " , *Total Quality Management*, Vol.7, pp.183-188. 35. Haley, R. j., (1968), " Benefit Segmentation: A Decision-Oriented Research Tool," *Journal of Marketing*, Vol.5, pp. 30-35. 36. Hill, D.J.(1986), " Satisfaction and Consumer Services," *Advances in Comsumer Research*, Vol. 13, pp.311-315. 37. Kelly, Scott W., James H. Donnelly, and Steven J. Skinner (1990), " Customer Participation in Service Production and Delivery," *Journal of Retailing*, Vol.66(fall), pp.315-335. 38. Johnson, Rose L., Michael Tsiros and Richard A. Lancioni (1995), " Measuring service quality: a systems approach " , *Journal of Services Marketing*, Vol.9, pp.6-19. 39. Kingman-Brundage, J., 1989, " The ABCs of Service System Blueprinting " , *European Journal of Marketing*, 18(4), pp.36-44. 40. Kotler, Philip (1997), *Marketing Management-Analysis, Planning, Implementation, and Control*, 9th ed., New Jersey: Prentice-Hall. 41. Larsson, Rikard and D. E. Bowen(1989), " Organization and Customer: Managing Design and Coordination of Services," *Academy of Management Review*, Vol. 14(April), pp.213-233. 42. Latour,S.A.and Peat,N.C., " Conceptual and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research " ,*Advances in Consumer Research*, Vo1.6, 1979,pp.31~37. 42. Lehtinen, J. R., (1983), " Customer Oriented Service System " , working Paper, Service Management Institute, Helsinki Finland. 43. Levitt, T.(1983), *The Marketing Imagination*, The Marketing Imagination, Fhe Free Press, New York, NY. 44. Lewis, Barbara R. and

T. W. Entwistle(1990), "Managing the Service Encounter: A Focus on the Employee," *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 1(3), pp.41-52.

45. Lovelock, Christopher H.(1996), *Services Marketing*, 3rd ed. Prentice Hall, International Editions.

46. Madu, C.N. and Kuei C. (1993), "Dimensions of quality teaching in Higher education," *Total Quality Management*, Vol.4, pp.325-338.

47. McCallum, John; Wadensjo, Eskil, Wage Gaps, (1985), "Factor Shares and Real wages /comment," *Scandinavian Journal of Economics*, Vol:87.

48. McCallum, J. Richard and Harrison, Wayne(1985) "interdependence in the Service Encounter" , in *The Service Encounter Managing Employee/Customer Interaction In Service Business*. John A. Czepiel, Michael R. Solomon, and Carol F. Suprenant, eds ,Lexington Books, Lexington, Ma,pp.35-48.

49. McGill, A. L. and D. Iacobucci(1992), "The Role of Post-experience Comparison Standards in the Evaluation of Unfamiliar Services," *Advance in Consumer Research*, Vol. 19, 570-578.

Mills, Peter K.(1990), "On the Quality of Service in Encounter: An Agency Perspective," *Journal of Business Research*, Vol. 20(January), pp.31-41.

50. Mills, Peter K., (1990), "On the Quality of Services in Encounters:An Agency Perspective" ,*Journal of Business Research*, Vol.20:31-41.

51. M.J. Bitner(1990), *Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings And Employee Responses*, *Journal of Marketing*, , pp.69-82.

52. Mohr, Lois A. and Mary Jo Bitner(1995), "The Role of Employee Effect in Satisfaction with Service Transactions," *Journal of Business Research*, Vol. 32, pp.239-252.

53. Morgan, R. L. and S. Chadha(1993), "Relationship Marketing at the Service Encounter: The Case of Life Insurance," *The Service Industries Journal*, Vol. 13(1), pp.112-125.

54. Nunnally, J.C.(1978), *Psychometric Theory*, NY:McGraw-Hill.

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

56. Oliver and Wayne S. Desarbo(1988), "Response Determinants in Satisfaction Judgments," *Journal of Consumer Research*, Vol.14(March): pp.495-507.

57. Owlia, Mohammad S. and Elaine M. Aspinwall(1996), "Quality in Higher education- a survey" , *Total Quality Management*, Vol.7, pp.161-171.

58. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research" , *Journal of Marketing*, Vol.49, pp.41-50.

59. Parasuraman, A., 1996, "Understanding and Leveraging the Role of Customer Service In External, Interactive and Internal Marketing" , Paper presented at the 1996 *Frontiers in Services Conference*, Nashville, TN.

60. Parasuraman , A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1996), "The Behavioral Consequences Of Service Quality" , *Journal of Marketing*, Vol.60, No.2 April.

61. Price, Linds L., Eric J. Arnould, and Patrick Tierney(1995), "Going to Extremes: Managing Service Encounters and Assessing Provider Performance," *Journal of Marketing*, Vol. 59(Spring), pp.83-97.

62. Pranter, C.A. and C.L.Martin (1991), "Compatibility management: Roles In Service performance" , *Journal of Service Marketing*, Vol.5: 43-53.

63. Ralph L.Day & E. Laird Landon, 1977, "Toward A Theory of Consumer Complaining Behavior" , In *consumer and Industrial Buying Behavior* , eds. , Jagdish Sheth Archwoodsidesand Peter Bennett, (Amsterdam : North Holland Publishing Company Press), pp.236-241.

64. Rowley, Jennifer (1998), "Quality measurement in the public sector: Some perspectives from the service quality literature" , *Total Quality Management*, Vol.9, pp.321-333.

65. Rust, Roland T., Zahorik, Anthony J. and keiningham, Timothy L., 1996, *Service Marketing* Harper Collins College Publishers.

66. Shostack, G. Lynn(1977), "Breaking Free From Product Marketing," *Journal of Marketing*, Vol.41, pp.73-80.

67. Shostack, G. Lynn(1985), "Planning the Service Encounter," in J. A. Czepiel, M. R. Solomon, and C. F. Surprenant(Eds), *The Service Encounter*, Lexington, MA: Lexington Books, pp.243-254.

68. Shostack, G. Lynn, 1984, "Designing Service that Deliver" , *Harvard Business Review*, 62, pp.133-139, January-February.

69. Shostack, G. Lynn, 1987, "Service Positioning through Structural Change" , *Journal of Marketing*, 51, pp.34-43, January.

70. Solomon, M. R., C. Surprenant, J. A. Czepiel, and E. G. Gutman (1985), "A Role Theory Perspective on Dyadic Interactions: The Service Encounter" , *Journal of Marketing*, 49, pp.99-111.

71. Surprenant, F. Carol and Michael R. Solomon(1987), "Predictability and Personalization in the Service Encounter," *Journal of Marketing*, Vol.51(April), pp.86-96.

72. Taylor, Steven A. and Thomas L. Baker(1994), "An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions," *Journal of Retailing*, Vol. 70(2), 163-178.

73. Tse, David K. and Peter C. Wilson(1988), "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension," *Journal of Marketing Research*, Vol. 25(May), pp.204-212.

74. Valerie A. Zeithaml , Leonard L.Berry & A.Parasuraman (1966) , "The Behavioral Consequences of Service Quality" < *Journal of Marketing*, Vol.60,No.2,(April,) , pp.31-46.

75. Walker, J. L.(1995), "Service Encounter Satisfaction: Conceptualized," *Journal of Service Marketing*, Vol. 9(1), pp.5-14.

76. Walker, James L. (1995), "Service Encounter Satisfaction: Conceptualized," *Journal of Services Marketing*, Vol.9, pp.5-14.

77. Winsted, Kathryn Frazer(1993), "Service Encounter Dimensions: A Cross-Cultural Analysis," *Doctoral Dissertation*, University of Colorado at Boulder.

78. Wortzel, R. (1979), "New Life Style Determinants of Women ' s Food Shopping Behavior" , *Journal of Marketing*, 43, pp.28-29.

79. Zeithaml, Valerie A.(1981), "How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services," in J. H. Donnelly and W. R. George(Eds), *Marketing of Service*, American Marketing Association, Chicago, IL: 186-190.

80. Zeithaml, Valerie A. and Mary Jo Bitner(1996), *Services Marketing*, McGraw-Hill International Editions.

81. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A., 1988, "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality" , *Journal of Marketing*, 52, pp.35-48, April.

82. Zeithaml, V.A. and Bitner, M., 2000, *Services Marketing*, Second Edition, New York: McGraw Hill.