

A Study of Service Quality on the Users' Satisfaction and Reused Intention --an Example of Da-Yeh University Libsry

陳美文、陳建文

E-mail: 9314340@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The primary goal of the academic library includes aiding teaching, research, and to raise the capabilities of research and development for the university. Therefore, for promoting the academic reputation and lasting development of the university, it is a crucial issue to support suitable and effective service to the faculty and students. However, the satisfaction and reuse intention from users' perspective are always ignored in existing researches. This study proposes a model to demonstrate the relationship between the service quality of academic library, users' satisfaction and reuse intention. A questionnaire survey is conducted to understand the library users' satisfaction and reuse intention of Da-Yeh University. The results of path analysis indicate that: (1) the collections of printed publications, circulation and librarians' services affect significantly the user's satisfaction; (2) the librarians' services affect significantly the user's perception; (3) the circulation and librarians' services affect significantly the user's reused intention; (4) the user's satisfaction and perception affect significantly the users' reused intention. Moreover, after analyzing the importance-performance matrix, the result shows that: (1) the better performance items of collections of printed publications services including of various services project and books, newspapers, magazines, video and audio devices are classified clearly and effectively; on the other hand, librarians have to improve the speed for purchasing information software, hardware and books; (2) the better performance items of librarians' viiiservices including of librarians' services is familiar with service contents and processes, as well as operation each item of equipment, and need to make suitable response for the users' suggestions and criticisms; (3) the better performance items of circulation services including of inquires borrows record, a reserved notice of books, and an overdue notice of books, and need to make reasonable manner for overdue books, the quantity and deadline of loan books.

Keywords : Academic Library, Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, Reused Intention

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	v	英文摘		
要.....	vii	誌謝.....	ix	圖目錄.....	xiii	表目
錄.....	xiv	第一章 緒論.....	1	1.1 研究背景與動		
機.....	1	1.2 研究目的.....	3	1.3 研究範圍與限制.....	4	1.4
研究流程.....	4	1.5 論文架構.....	7	第二章 文獻探		
討.....	8	2.1 圖書館的演進過程.....	8	2.2 大學圖書館.....	10	
2.3 服務品質.....	13	2.3.1 服務的定義.....	13	2.3.2 服務的特		
性.....	14	2.3.3 服務品質的定義.....	15	2.3.4 服務品質的衡量構		
面.....	17	2.4 認知價值.....	22	2.5 滿意度.....	24	2.6 再使用
意願.....	27	2.7 服務品質和滿意度之關係.....	28	2.8 服務品質和認知價值之關		
係.....	30	2.9 服務品質和再使用意願之關係.....	31	2.10 認知價值和再使用意願之關		
係.....	32	2.11 認知價值和滿意度之關係.....	34	2.12 滿意度和再使用意願之關		
係.....	35	第三章 研究方法與假設.....	36	3.1 資料分析方法.....	36	3.1.1
因素分析.....	36	3.1.2 信度分析.....	37	3.1.3 效度分		
析.....	37	3.1.4 敘述統計.....	38	3.1.5 路徑分析.....	38	
3.1.6 「重要性-績效」矩陣.....	39	3.2 問卷發放與前測.....	40	3.3 研究構面操作型定		
義.....	42	3.4 研究假設.....	44	3.4.1 服務品質與滿意度之關係.....	44	
3.4.2 服務品質與認知價值之關係.....	45	3.4.3 認知價值與滿意度之關係.....	45	3.4.4 認知價值與		
再使用意願之關係.....	46	3.4.5 滿意度與再使用意願之關係.....	46	3.4.6 服務品質與再使用意願之		
關係.....	47	第四章 研究結果分析.....	49	4.1 樣本基本資料分析.....	49	4.2
問卷之信度與效度分析.....	51	4.3 因素分析.....	52	4.4 路徑分		
析.....	55	4.5 「重要性-績效」矩陣分析.....	62	第五章 結		
論.....	68	5.1 研究結果.....	68	5.2 未來研究建議.....	71	

參考文獻.....	72	附錄一 後測問卷.....	85	圖目錄 圖1.1 本研究之研究流程.....	6
圖2.1 服務知覺連續帶的觀念圖.....	16	圖2.2 服務品質的決定因素.....	18	圖2.3 讀者對圖書館服務品質的認知.....	26
圖2.4 圖書館服務品質管理流程模式.....	30	圖2.5 服務品質對滿意度與忠誠度之研究模式.....	33	圖2.6 服務品質對顧客滿意度與行為意願之研究模式.....	34
圖3.1 重要性-績效矩陣圖.....	40	圖3.2 服務品質-滿意度-再使用意願之架構圖.....	48	圖4.1 服務品質-滿意度-再使用意願之路徑關係圖.....	59
圖4.2 服務品質之「重要性-績效」矩陣圖.....	62	圖4.3 館藏服務之「重要性-績效」矩陣圖.....	64	圖4.4 館員服務之「重要性-績效」矩陣圖.....	65
圖4.5 流通服務之「重要性-績效」矩陣圖.....	66	表目錄 表2.1 不同類型圖書館的定義.....	9	表2.2 國內圖書館研究之相關文獻.....	11
表2.3 服務的定義.....	13	表2.4 圖書館服務品質的構面.....	20	表2.5 服務品質衡量指標.....	21
表2.6 認知價值衡量指標.....	23	表2.7 滿意度的定義.....	24	表2.8 滿意度衡量指標.....	27
表2.9 再使用意願的定義.....	27	表2.10 再使用意願衡量指標.....	28	表3.1 預試問卷各構面之Cronbach's 係數.....	42
表3.2 研究構面操作性定義.....	42	表4.1 樣本基本資料表.....	50	表4.2 研究構面信度分析.....	51
表4.3 服務品質構面因素分析結果.....	53	表4.4 認知價值構面因素分析結果.....	54	表4.5 滿意度構面因素分析結果.....	54
表4.6 再使用意願構面因素分析結果.....	55	表4.7 路徑效果分析表.....	56	表4.8 直接與間接效果分析表.....	57
表4.9 路徑分析假說檢定表.....	58	表4.10 服務品質對滿意度與再使用意願之總效果.....	62	表5.1 本研究假設的驗證結果.....	68

REFERENCES

- 中文部份 1. 江秀愛 (2001), 「圖書館網際網路服務品質滿意度之研究--以某大學圖書館為實證研究」, 南華大學資訊管理學系, 碩士論文。 2. 江淑芬 (2001), 「從使用者觀點探討圖書館績效評估—以台灣警察專科學校圖書館使用者為例」, 淡江大學資訊與圖書館學系, 碩士論文。 3. 余泰魁、王怡舜、惠龍 (2003), 「網際網路環境中圖書館服務品質量表之建構與實證」, 大學圖書館, 第7卷1期, 頁96-118。 4. 吳明隆 (2000), 「SPSS 統計應用實務」, 台北:松岡。 5. 吳美美 (2002), 「中國圖書館學會館藏發展理論與實務專題研習班」, 台北:中國圖書館學會。 6. 吳統雄 (1983), 「電話調查理論與方法」, 台北:聯經。 7. 吳肇銘 (1999), 「影響網站使用意向之因素研究—以入門網站為例」, 國立中央大學資訊管理研究所, 博士論文。 8. 李良達 (1998), 「服務高手」, 台北:時報出版。 9. 李金泉 (1993), 「SPSS/PC+實務與應用統計分析」, 台北:松岡。 10. 李德竹 (1994), 「由資訊素養研究圖書館資訊服務之意義與內涵」, 台北市:行政院國家科學委員會, 頁53-54。 11. 周欣鸞 (2002), 「農學院師生使用實體圖書館與圖書館網站服務比較研究」, 中興大學圖書資訊學研究所, 碩士論文。 12. 林公孚 (2001), 「做好顧客滿意度的方法」, 品質月刊, 第37卷, 頁86-88。 13. 林陽助 (1996), 「顧客滿意度決定模型與效果之研究-台灣自由小客車之實證」, 國立台灣大學商學研究所, 博士論文。 14. 林麗芳 (1996), 「面對虛擬圖書館」, 書苑, 第29期, 頁12。 15. 柯皓仁 (2001), 「電子圖書館實施經驗談—以交通大學圖書館為例」, 書苑季刊, 第47期, 頁10-33。 16. 胡凱傑 (2003), 「應用服務品質量表與知覺價值模式探討旅客再消費意願之影響因素:以汽車客運業為例」, 國立交通大學運輸科技與管理學系, 博士論文。 17. 胡琮乾 (1997), 「電子圖書館與資訊化社會」-座談會紀實, 社教雙月刊, 第77期, 頁9。 18. 徐堅白 (2000), 「俱樂部的經營管理」, 台北市:揚智文化。 19. 翁崇雄 (1993), 「評量服務品質與服務價值之研究—以銀行業為實證對象」, 國立台灣大學商學研究所, 博士論文。 20. 翁湧金 (2003), 「顧客認知價值與網路忠誠度關係之研究-以網路書店為例」, 大葉大學資訊管理研究所, 碩士論文。 21. 高桑郁太郎著、劉天祥譯 (1994), 「顧客第一」, 台北:中國生產力公司。 22. 高睿璟 (2002), 「影響非同步網路教學系統持續再使用意願因素之研究」, 私立淡江大學資訊管理學系, 碩士論文。 23. 涂曉晴 (1999), 「圖書館的新象:數位圖書館」, 台大醫學圖書分館館訊, 第29期, 頁1-2。 24. 張宗彬 (2002), 「網路銀行知覺風險與再使用意願之研究」, 大葉大學資訊管理系, 碩士論文。 25. 張保隆和謝寶媛 (1996), 「大學圖書館服務品質評估之研究」, 中國圖書館學會會報, 第56期, 頁51-54。 26. 張俊郎和彭俊穎 (2001), 「從顧客滿意的觀點探討圖書館之服務品質—以虎尾圖書館為個案研究」, 國立虎尾技術學院學報, 第4期, 頁187-197。 27. 張紹勳、林秀娟 (1995), 「SPSS For Windows 統計分析:初等統計與高等統計(上,下冊)」, 第三版, 台北:松崗。 28. 張雅蓉 (2001), 「顧客知覺價值與忠誠度之研究」, 台灣科技大學企業管理學系, 碩士論文。 29. 莊佩樺 (2001), 「我國大學圖書館自動化與網路化後資訊服務品質提昇及相關問題之研究」, 台灣大學圖書資訊研究所, 碩士論文。 30. 郭達沂 (2003), 「以科技接受模型探討失業勞工對公共職業訓練採用線上學習的再使用意願」, 國立中正大學資訊管理研究所, 碩士論文。 31. 陳亞寧 (1999), 「另類圖書館:電子圖書館綜觀」, 資訊傳播與圖書館學, 第5卷3期, 頁141-150。 32. 陳昭珍 (2000), 「電子圖書館整合檢索之理論與實作」, 台北市:文華。 33. 陳敏珍 (1997), 「從數位圖書館的發展談虛擬學習環境的建立」, 社教雙月刊, 第77期, 頁12。 34. 陳淑燕 (2002), 「大學圖書館在網路資訊環境的讀者服務規劃」, 國立中央圖書館臺灣分館館刊, 第8卷4期, 頁6-20。 35. 陳黃麗純 (2002), 「圖書館整體服務品質之探討—以長榮管理學院圖書館為例」, 長榮管理學院經營管理研究所, 碩士論文。 36. 陳煜鑫 (2003), 「使用解構之期望符合論探討WWW持續使用之影響因素」, 國立高雄第一科技大學資訊管理系, 碩士論文。 37. 陳裕宏 (2002), 「高職師生對學校圖書館各項服務滿意度之研究」, 國立台北科技大學技術及職業教育研究所, 碩士論文。 38. 彭金堂 (1997), 「圖書館讀者滿意度與館員認知之服務品質研究」, 清華大學工業工程研究所, 碩士論文。 39. 黃元鶴 (2003), 「圖書館滿意度調查之多變量分析」, 國立中央

圖書館臺灣分館館刊, 第9卷2期, 頁37-48。40. 黃宗忠 (1997), 「論21世紀的虛擬圖書館與傳統圖書館」, 圖書館學與資訊科學, 第23卷2期, 頁17-18。41. 黃俊英 (1991), 「多變量分析」, 第4版, 台北:華泰。42. 黃春生 (2000), 「服務品質、關係品質與顧客行為意向關係之研究 - 以壽險業為例」, 成功大學工業管理研究所, 碩士論文。43. 楊美華 (1992), 「虛擬圖書館與資訊網路化」, 中國圖書館學會會報, 第49期, 頁110。44. 楊美華 (1994), 「大學圖書館理論與實務」, 五南圖書出版有限公司, 頁6。45. 楊曉雯 (2000), 「美國圖書館數位化技術之應用」, 國立中央圖書館臺灣分館館刊, 第6卷4期, 頁59-60。46. 經濟部標準檢驗局 (2001), 「ISO9000品質管理系統 - 基本法則與詞彙」, 台北市:經濟部標準檢驗局。47. 葉淑芳 (1999), 「以讀者滿意度探討圖書館服務品質之研究」, 中華大學工業工程與管理研究所, 碩士論文。48. 歐陽芬 (1994), 「我國大學圖書館期刊管理之組織型態研究」, 漢美圖書有限公司。49. 衛南陽 (2001), 「服務競爭優勢 - 探索永續經營的奧秘」, 台北:商兆文化。50. 鄭紹成 (1997), 「服務業服務失誤、挽回服務與顧客反應之研究」, 文化大學企研所, 博士論文。51. 鄭寶梅 (1997), 「全球數位化館藏發展初探」, 國家圖書館館刊, 第2期, 頁26。52. 薛理桂 (1998), 「圖書館在網際網路提供的讀者服務」, 圖書與資訊學刊, 第24期, 頁35-43。53. 簡禎富 (2000), 「服務系統服務品質滿意度之研究—以某大學圖書館實證研究」, 工業工程學刊, 第17卷, 頁1-13。54. 顏永森 (2000), 「銷售網站服務品質對消費者態度影響之研究」, 政治大學企業管理系, 博士論文。55. FIND 網, <http://www.find.org.tw/home.aspx>, 上網日期: 2004.3.17

英文部份 1. Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), "Understanding attitudes and predicting social behavior control englewood cliffs", NJ: Prentice-Hall. 2. Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), "The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms", Marketing Science, Vol.12, pp.125-143. 3. Anderson, E.W., Fornell, C. and Lehmann, D.R. (1994), "Customer satisfaction, market share, and profitability: findings from sweden", Journal of Marketing, Vol.58, pp.53-66. 4. Andreas, H.Z. (2001), "Relative attitudes and commitment in customer loyalty models: some experiences in the commercial airline industry", International Journal of Service Industry Management, Vol.12, pp.269-294. 5. Babin, B.J. and Attaway, J.S. (2000), "Atmospheric affect as a tool for creating value and gaining share of customer", Journal of Business Research, Vol.49, pp.91-99. 6. Babin, B.J., Darden, W.R. and Griffin, M. (1994), "Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value", Journal of Consumer Research, Vol.20, pp.644-656. 7. Bhattacharjee, A. (2001), "Understanding information systems continuance: an expectation-confirmation model", MIS Quarterly, Vol.2, pp.351-370. 8. Bolton, R.N. and Drew, J.H. (1991), "Multistage model of customer assessment of service quality and value", Journal of Consumer Research, Vol.17, pp.378-384. 9. Butcher, K. and Beverley, S. and Frances, O. (2001), "Evaluative and relational influences on service loyalty", International Journal of Service Industry Management, Vol.12, pp.310-327. 10. Caruana, A. (2002), "Service loyalty: the effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction", European Journal of Marketing, Vol.36, pp.811-955. 11. Churchill, G.A. and Surprenant, C. (1982), "An investigation into the determinants of customer satisfaction", Journal of Marketing Research, Vol.19, pp.491-504. 12. Coleman, V., Xiao, Y.D., Blair, L. and Chollett, B. (1997), "Toward a TQM paradigm: using SERVQUAL to measure library service quality", College and Research Libraries, Vol.58, pp.237-251. 13. Cronin, J. J., Brady, M.K. and Hult, G.T.M. (2000), "Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments", Journal of Retailing, Vol.76, pp.193-218. 14. Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", Journal of Marketing, Vol.56, pp.55-68. 15. Drake, M.A. (1993), "Technological innovation and organization change", Journal of Library Administration, Vol.19, pp.39-49. 16. ECSI (1999), "The european customer satisfaction index-first ever comparable results, presentation of european results, brussels", Belgium: European Organization for Quality. 17. Edwards, S. and Browne, M. (1995), "Quality in information services: do users and librarians differ in their expectations", Library and Information Science Research, Vol.17, pp.163-182. 18. Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1993), "Consumer behavior", 7th ed., NY: Rinehart & Winston. 19. Ford, J.B., Joseph, M. and Joseph, B. (1999), "Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perception of business students in New Zealand and The USA", Journal of Services Marketing, Vol.13, pp.171-186. 20. Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J. and Bryant, B.E. (1996), "The American customer satisfaction index: nature, purpose, and finding", Journal of Marketing, Vol.60, pp.7-18. 21. Frederick, R.F. (1996), "Learning from customer defections", Harvard Business Review, March-April, pp.57-69. 22. Gordon, P.J. (1993), "Customer satisfaction research reaps rewards", Quality, Vol.32, pp.39-41. 23. Herson, P. and Altman, E. (1996), "Service quality in academic libraries", Norword: Ablex. 24. Herson, P., Nitecki, D.A. and Altman, E. (1999), "Service quality and customer satisfaction: an assessment and future direction", The Journal of Academic Librarianship, Vol.25, pp.9-17. 25. Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G.W., Sasser, W.E. and Schlesinger, L.A. (1994), "Putting the service profit chain to work", Harvard Business Review, Vol.72, pp.164-174. 26. Jones, T.O. and Sasser, J.R. (1995), "Why satisfied customer defect", Harvard Business Review, Vol.56, pp.88-99. 27. Juran, J.M. (1989), "Universal approach to managing for quality: the quality trilogy, executive excellence", Quality Progress, Vol.19, pp.10-24. 28. Kandampully, J. (1998), "Service quality to service loyalty: a relationship which goes beyond customer services", Total Quality Management, Vol.9, pp.431-443. 29. Kotler P. (2003), "Marketing management", 11th ed., NJ: Prentice Hall Inc. 30. Kotler, P. (1993), "The major tasks of marketing management", Journal of Marketing, Vol.2, pp.29-42. 31. Kotler, P. (1999), "Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control", 9th ed, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Inc. 32. Levitt, T. (1972), "Production-line approach to service", Harvard Business Review, Vol.50, pp.41-52. 33. Liljander, V. and Strandvik, T. (1995), "The nature of customer relationships in services, in advances in services marketing and management", JAI Press, Vol.4, pp.6-28. 34. Lin, J.C.C. and Lu, H. (2000), "Towards an understanding of the behavioral intention to use a web site", International Journal of Information Management, Vol.20, pp.197-208. 35. Martensen, A. and Gronholdt, L. (2003), "Improving library users' perceived quality, satisfaction and loyalty: an integrated measurement and management system", Journal of Academic Librarianship, Vol.39, pp.140-147. 36. McDougall, G.H.C. and Levesque, T. (2000), "Customer satisfaction with

services: putting perceived value into the equation ” , Journal of Service Marketing, Vol.14, pp.392-410. 37. Mittal, V. and Kamakura, W.A. (2001), “ Satisfaction, repurchase intent, and repurchase behavior: investigating the moderating effect of customer characteristics ” , Journal of Marketing Research, Vol.31, pp.131-141. 38. Murdick, R.D., Render, B. and Russell, R.S. (1990), “ Service operations management ” , MA:Ally & Bacon Inc. 39. Nunnally, J.C. (1967), “ Psychometric theory ” , NY : McGraw-Hill. 40. Oliver, R.L. and DeSarbo, W.S. (1988), “ Response determinants in satisfaction judgments ” , Journal of Consumer Research, Vol.14, pp.495-507. 41. Oliver, R.L. and MacMillian, I.C. (1992), “ A catastrophe model for developing service satisfaction strategies ” , Journal of Marketing, Vol.56, pp.83-95. 42. Oliver, R.L. (1981), “ Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting ” , Journal of Retailing, Vol.57, pp.25-48. 43. Ostrom, A. and Iacobucci, D. (1995), “ Consumer trade-offs and the evaluation of services ” , Journal of Marketing, Vol.59, pp.17-28. 44. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988), “ Communication and control process in the delivery of service quality ” , Journal of Marketing, Vol.52, pp.35-48. 45. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), “ Quality counts in service, too ” , Business Horizons, Vol.28, pp.44. 46. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1991), “ Understanding customer expectations of service ” , Sloan Management Review, Vol.32, pp.39-48. 47. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985), “ A conceptual model of service quality and its implications for future research ” , Journal of Marketing, Vol.49, pp.41-50. 48. Patterson, P.G. and Spreng, R.A. (1997), “ Modelling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business ” , International Journal of Service Industry Management, Vol.8, pp.414-434. 49. Pedhazur, E.J. (1982), “ Multiple regression in behavior research: explanation and prediction ” , NY: Holt, Rinehart, and Winston Inc. 50. Petrick, J.F. and Backman, S.J. (2002), “ An examination of golf travelers ’ satisfaction, perceived value, loyalty, and intentions to revisit ” , Tourism Analysis, Vol.6, pp.223-237. 51. Ranganathan, S.R. (1931), “ The five laws of library science ” , Madras: The Madras Library Association. 52. Reichheld, F.F. and Sasser, W.E. (1990), “ Zero defections: quality comes to services ” , Harvard Business Review, Vol.68, pp.105-111. 53. Rowley, J. and Dawes, J. (1999), “ Customer loyalty – a relevant concept for libraries ” , Library Management, Vol.20, pp.345-351. 54. Rust, R.T. and Oliver, R.L. (1994), “ Service quality: insights and managerial implication from the frontier ” , NY : Sage Publications. 55. Sasser, W.E., Olsen, R.P. and Wyckoff, D.D. (1978), “ Management of service operations: text, cases, and readings ” , Allyn and Bacon (Boston) Book Company. 56. Shaughnessy, T.W. (1996), “ Lessons from restructuring the library ” , Journal of Academic Librarianship, Vol.22, pp.252. 57. Strauss, J. and Frost, R. (2001), “ E-marketing upper saddleriver ” , NJ: Prentice Hall. 58. Stum, D. L. and Thiry, A. (1991), “ Building customer loyalty ” , Training and Development Journal, Vol.4, pp.34-36. 59. Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (2000), “ Service marketing: integrating customer focus across the firm ” , NY: McGraw-Hill. 60. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000), “ Services marketing ” , 2th ed., NY:McGraw-Hill. 61. Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1988), “ Consumer perceptions of price, quality and value ; a means-end model and synthesis of evidence ” , Journal of Marketing, Vol. 52, pp.2-22.