

Of Customers' Satisfaction for Junior High Cram School Quality - A Case Study of Gydang Junior Cram School in Taipei Cou

管夢麟、謝雅惠

E-mail: 9415931@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The issues talking about customers' satisfaction for service industry has richly accumulated. But no one discussing the relationship between cram school versus parents and student of customer satisfaction and the quality of perception service. Cause of the characteristic of district, cram schools in each region affected by the culture might be different. The study uses the questionnaire to proceed the quantity research and explore the difference and relationship between cram school versus parents and student of customer satisfaction and the quality of perception service. For the empirical survey, we sent 500 questionnaires to the students and parents of Gydang cram school. Returning 432 efficiency questionnaires, the return rate is 86.34%, then applying T-test, ANOVA, and Multi-regression for data analysis.;The importance of service quality including the characteristics of tangibility , reaction ,and concerning affected significantly by the sense of students and parents ,and so do the education level of parents affecting the reliability.;The satisfaction of service providing from Gydang cram school will not be different cause of the students and parents' background.;There is a positive correlation between all of the dimension of the value level of perception service and satisfaction level of all dimension of customers' satisfaction. In the phase of changing policy, every types of cram school is rising that makes the narrow market competition among the blooming industry of cram school more and more rough. This study provides some suggestions for the reference to permanent operation in the future.

Keywords : Serdce quality ; Customer Satisfaction ; Cram school

Table of Contents

目錄	封面內頁	簽名頁	授權書	iii	中文摘要	v	英文摘要	vi	誌謝	viii	目錄	ix	圖目錄	xi	表目錄	xii	第一章 緒論	1.1 研究背景與動機	1	1.2 研究目的	6	1.3 研究範圍與限制	6	1.4 研究流程	7	第二章 文獻探討	2.1 教育改革與補習班之定義	9	2.2 服務品質之特性	16	2.3 服務品質之構面與評量	23	2.4 顧客滿意度相關理論之探討	33	第三章 研究方法	3.1 研究架構	41	3.2 研究假設	43	3.3 變數操作性定義	45	3.4 問卷設計與衡量	46	3.5 樣本資料收集	50	3.6 資料的分析方法	51	第四章 實證分析	4.1 基本資料分析	53	4.2 人口統計變項與期望服務品質之關析	57	4.3 人口統計變項與顧客滿意之關係	64	4.4 期望服務品質構面與顧客滿意之關係	71	4.5 實證結果彙整	77	第五章 結論與建議	5.1 結論	79	5.2 建議	80	參考文獻	83	附錄	91	圖目錄	圖1-1 全國補習班近十年數量統計圖	5	圖1-2 台北縣與永和、板橋地區文理補習班成長統計圖	5	圖1-3 研究流程圖	8	圖2-1 服務品質影響因素	23	圖2-2 期待服務的影響因素	24	圖2-3 期望服務的影響因素	24	圖2-4 PZB服務品質認知差距模式	28	圖2-5 實際感受品質與預期品質	31	圖3-1 研究架構圖	42	表目錄	表1-1 全國補習班近十年數量統計表	2	表1-2 台北縣與永和、板橋地區文理補習班成長統計表	4	表2-1 美、英、日、韓、澳等五國教育改革目標彙整	10	表2-2 我國教育改革項目之進、中、長程目標	12	表2-3 相關學者對服務之定義彙整表	16	表2-4 相關學者對品質之定義彙整表	20	表2-5 相關學者對服務品質之特性彙整表	21	表2-6 SERVQUAL量表之衡量構面涵義及其組成項目	32	表2-7 相關學者對顧客滿意度之定義	35	表2-8 顧客滿意度理論模式彙整	38	表3-1 研究問卷設計表	47	表3-2 信度分析表	49	表3-3 研究問卷各構面之信度分析	49	表4-1 巨登補習班抽樣樣本回收對象分析表	54	表4-2 巨登補習班補習學生抽樣樣本性別及年級資料分析表	54	表4-3 巨登補習班補習學生家長抽樣樣本年齡資料分析表	55	表4-4 巨登補習班補習學生家長抽樣樣本教育程度資料分析表	56	表4-5 巨登補習班補習學生家長抽樣樣本平均月收入資料分析表	57	表4-6 抽樣樣本之「類別」對期望服務品質重視程度之差異檢定	58	表4-7 學生樣本之「性別」對期望服務品質重視程度之差異檢定	59	表4-8 學生樣本之「年級」對期望服務品質重視程度之差異檢定	60	表4-9 家長樣本之「年齡」對期望服務品質重視程度之差異檢定	61	表4-10 家長樣本「教育程度」對期望服務品質重視程度差異檢定	62	表4-11 家長樣本「平均收入」對期望服務品質重視程度差異檢定	63	表4-12 抽樣樣本之「類別」對顧客滿意之滿意度差異檢定	65	表4-13 學生樣本之「性別」對顧客滿意之滿意度差異檢定	66	表4-14 學生樣本之「年級」對顧客滿意之滿意度差異檢定	67	表4-15 家長樣本之「年齡」對顧客滿意之滿意度差異檢定	68	表4-16 家長樣本「教育程度」對顧客滿意之滿意度差異檢定	69	表4-17 家長樣本「平均收入」對顧客滿意之滿意度差異檢定	70	表4-18 服務品質之「有形性」與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	75	表4-19 服務品質之「可靠性」與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	72	表4-20 服務品質之「反應性」與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	73	表4-21 服務品質之「保證性」與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	74	表4-22 服務品質之「關懷性」與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	75	表4-23 整體服務品質與顧客滿意度迴歸分析係數彙整表	76	表4-24 假說驗證彙總表	77
----	------	-----	-----	-----	------	---	------	----	----	------	----	----	-----	----	-----	-----	--------	-------------	---	----------	---	-------------	---	----------	---	----------	-----------------	---	-------------	----	----------------	----	------------------	----	----------	----------	----	----------	----	-------------	----	-------------	----	------------	----	-------------	----	----------	------------	----	----------------------	----	--------------------	----	----------------------	----	------------	----	-----------	--------	----	--------	----	------	----	----	----	-----	--------------------	---	----------------------------	---	------------	---	---------------	----	----------------	----	----------------	----	--------------------	----	------------------	----	------------	----	-----	--------------------	---	----------------------------	---	---------------------------	----	------------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	----------------------	----	------------------------------	----	--------------------	----	------------------	----	--------------	----	------------	----	-------------------	----	-----------------------	----	------------------------------	----	-----------------------------	----	-------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	--------------------------------	----	---------------------------------	----	---------------------------------	----	------------------------------	----	------------------------------	----	------------------------------	----	------------------------------	----	-------------------------------	----	-------------------------------	----	---------------------------------	----	---------------------------------	----	---------------------------------	----	---------------------------------	----	---------------------------------	----	-----------------------------	----	---------------	----

REFERENCES

- 一、中文部份
1. 羊憶蓉 (1996), 一九九〇年代的澳洲教育改革:「核心能力」取向的教育計劃, 教改通訊, 第二十期, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j20/>。
 2. 行政院教育改革委員會 (1997), 總諮議報告書, 2004年10月31日, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea2/>。
 3. 台北縣短期補習班設立及管理規則 (2002), 中華民國九十一年七月廿九日北府法規字第一四四四三三號令公布。
 4. 李遠哲 (1994), 教育改革, 教改通訊, 創刊號, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j01/>。
 5. 林公孚 (2002) 戴明、朱蘭、克勞斯比三位品質大師的品質觀, 台北市, 品質月刊, 38, 12, pp.64-67。
 6. 林欽榮 (2002), 消費者行為, 臺北市:揚智文化事業股份有限公司, 初版。
 7. 林淑萍 (2002), 航空公司網路定位售票行銷策略與顧客滿意之研究-以國內航線為例, 南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文, 未出版, 嘉義縣。
 8. 林文瑛 (1996) 日本教育改革經驗的啟示, 教改通訊, 第二十期, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j20/>。
 9. 林月盛 (2002), 國民中學教改壓力、組織衝突、權力運用與組織承諾關係之研究, 國立高雄師範大學教育學系博士班, 未出版, 高雄市。
 10. 林玉萍 (2004), 醫護人員對臨床藥學服務之滿意度研究 - 以高雄市某醫學中心為例, 義守大學管理研究所碩士論文, 未出版, 高雄縣。
 11. 林永生 (2004), 國軍修護工廠推展ISO 9001對組織績效之研究 - 以海軍某工廠為例, 大葉大學事業經營研究所碩士論文, 未出版, 彰化縣。
 12. 直轄市及各縣市短期補習班資訊管理系統 (2004), 2004年10月20日取自 <http://bsb.edu.tw/afterschool/index.jsp>。
 13. 周麗玉 (1994), 教育改革僅在一念之間, 教改通訊, 第三期, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j03/>。
 14. 邱永富 (2002), 補習班之服務品質 - 以屏東縣某立案補習班為例, 國立中山大學資源管理研究所碩士論文, 未出版, 高雄市。
 15. 邱政皓 (2002), 量化研究與統計分析:SPSS中文視窗版資料, 臺北市:五南圖書出版股份有限公司, 二版。
 16. 金淑伊 (1996), 韓國教育改革概況品, 教改通訊, 第二十期, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j20/>。
 17. 徐勝凌 (2004), 線上遊戲設計吸引力對顧客滿意度之研究, 國立東華大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 花蓮縣。
 18. 郭永順 (2004), 公立高職進修學校學生滿意度之研究, 國立東華大學教育研究所碩士論文, 未出版, 花蓮縣。
 19. 郭雲如 (2004), 汽車理賠人員個人因素和人格特質與顧客滿意度關係之探討 - 以C保險公司為例, 逢甲大學保險學系碩士論文, 未出版, 台中市。
 20. 連戰 (1994), 教育改革審議委員會第一次委員會議致詞, 教改通訊, 創刊號, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j01/>。
 21. 黃俊英、林義屏、董玉娟 (1999), 非營利組織顧客滿意度模式之研究 - 以台南捐血中心為例, 亞太管理評論, 第四卷第三期, 頁, 323-339。
 22. 莊演文 (2003), 醫院服務品質與住院病患家屬滿意度之關聯性研究 - 以嘉義某區域教學醫院為例, 南華大學管理研究所碩士論文, 未出版, 嘉義縣。
 23. 陳錦華 (2003), 組織內部服務品質對員工工作滿意度影響之研究 - 以稅捐處某單位為例, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 台南市。
 24. 許標能 (2004), FTTB寬頻接取網路系統服務品質及使用使用者滿意度之研究, 大葉大學資訊管理學系碩士論文, 未出版, 彰化縣。
 25. 梁國兆 (2004), 病患對門診藥局藥事服務滿意度調查 - 以高雄市某區域醫院為例, 義守大學管理研究所碩士論文, 未出版, 高雄縣。
 26. 張德銳 (1996), 美國教育改革, 教改通訊, 第二十期, 台北市; 行政院教育改革審議委員, 取自 <http://www.sinica.edu.tw/info/edu-reform/farea8/j20/>。
 27. 張明輝, 英國一九九七教育白皮書 - 「追求卓越的學校教育」(內容摘要), 2004年11月03日取自 <http://web.cc.ntnu.tw/~minfei/english1997.html/>。
 28. 楊錦州 (2002), 服務業品質管理, 台北市, 品質學會。
 29. 鄒覺非 (2003), 加盟加油站對供油者服務品質滿意度之研究 - 以中油公司為例, 國立東華大學企業管理研究所碩士論文, 未出版, 花蓮縣。
 30. 劉平文 (1991) 經營分析與企業証斷 - 企業經營系統觀, 台北市:華泰文化。
 31. 劉思婕 (2004), 比較兩岸顧客滿意度、消費者偏好對顧客忠誠度影響之研究 - 以餐飲業為例戴明談顧客研究, 大葉大學國際企業管理學系碩士論文, 未出版, 彰化縣。
 32. 鄭博宇 (2002), 台北市咖啡連鎖店服務品質管理與顧客滿意度之個案研究, 中國文化大學生活應用科學研究所碩士論文, 未出版, 台北市。
- 二、英文部份
1. Anderson, E.W. and Sullivan, M.W. (1993), "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms", *Marketing Science*, 12(2), Spring, pp.125-143.
 2. Anderson, E.W., Cates Fornell and Donald R. Lehmann (1994), "Customer Journal of Marketing", 58, pp.53-66.
 3. Baldinger, Allan, L., Rubinson and Joel (1996), "Brand loyalty: the link between attitude and behavior", *Journal of Advertising Research* (Nov/Dec), pp.22-33.
 4. Belch, G. E. (1995), "Perspectives on Consumer Behavior", *Introduction to Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, Irwin, pp.97.
 5. Bowen (1999), "Understanding Customer Delight and Outrage", *Sloan Management Review*, 41, pp.35-46.
 6. Cavero, Sandra, Cebollada and Javier (1997), "Brand Choice and Marketing Strategy: An Application to the market of Laundry Detergent for Delicate Clothes in Spain", *Journal of International Consumer Marketing*, 10, pp.57-71.
 7. Deighton, John, Henderson, Caroline M. and Neslin, Scott A. (1994), "The Effects of Advertising on Brand Switching and Repeat Purchasing", *Journal of Marketing Research*, 16, pp.28-43.
 8. Dick and Basu (1994), "Customer Loyalty: to Eard an Inegarted Conceptual Frameword", *Journal of Academy of Marketing Science*, 22(2), pp.99-113.
 9. Drake C., Gwynne A., and Waite N. (1998), "Barclays Life: Customer Satisfaction and Loyalty Tracking Survey", *International Journal of Bank Marketing*, pp.287-292.
 10. Gronholdt, Lars, Anne Martensen & Kai Kristensen (2000), "The relationship between Customer Satisfaction and Loyalty: Cross-Industry differences", *Total Quality Management*, 11(July), pp.509-516.
 11. Hallowell, R. (1996), "The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Profitability: An Empirical Study", *International Journal of Service Industry Management*, 7(4), pp.27-42.
 12. Hernon, Peter, Nitecki, Danuta A., and Altaman, Ellen (1999), "Service Quality and Customer Satisfaction: An Assessment and Future Direction", *The Journal of Academic Librarianship*, 25(1), pp.9-17.
 13. Heskett, J.L., T.O. Jones, G.W. Loveman, W. Earl Sasser, Jr., and L.A. Schlesinger (1994), "Putting the Aervice Profit Chain to Work", *Harvard Business Review*, 72(2), pp.164-174.
 14. Joel R. Evans and Barry B. (1994), "Marketing", New York: Macmillan Publishing Co. Inc., pp.12-622.
 15. Jones, T.O. and W.E. Jr. Sasser (1995), "Why satisfied customers defect.", *Harvard Business*

Review, Nov-Dec, pp.88-99. 16. Kevin Lane Keller, (1993), " Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, " *Journal of Marketing*, 57(1), pp.7. 17. Kinnear, Thomas C. and Kenneth L. Bernhardt (1995), " Principles of Marketing, 3rd. " , Illinois: Scott, Foresman / Little, Brown. 18. Kotler, Philip (1994), " Marketing Management: Analysis, Planning, Implementations, and Control (8th ed.) " , Englewood, Cliff, New Jersey: Prentice-Hall, pp.464. 19. Neal, William D. (1999), " Satisfaction is Nice, but Value Drives Loyalty " , *Marketing Research*, 11, pp.20-23. 20. Oliver, Richard L. (1999), " Whence Consumer Loyalty " , *Journal of Marketing*, 63, pp.33-34. 21. Pamela, K. (1996), " Fast-food for thought " , *American Demographics*, 18(5), pp.19-21. 22. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1984), " A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research " , *Journal of Marketing*, 49, pp.41-50. 23. Parasuraman, A. Valarie, A. Zeithaml and Leonard L. Berry (1993), " The nature Determinants of Customer Expectations of Service " , *Journal of the Academy of Marketing Service*, 21, pp.1-12. 24. Peltier, J.W. and J.E. Westfall (2000), " Dissecting the HMO- Benefits Managers Relationship: What to Measure and Why " , *Marketing Health Services*, 20(2), pp.4-13. 25. Pete, S., K. Bonnie, & P. Mark (1995), " Dineserv : A Tool for Measuring Service Quality in Restaurant " , *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), pp.56-60. 26. Pritchard, Mark P., Mark E. Havitz, and Dennis R. Howard (1999), " Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts, " *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27 (3), pp.333-348. 27. Prus, Amanda And D. Randall Brandt (1995), " Understanding Your Customer. Marketing Tools " , (July-August), pp10-14. 28. Selnes, F. (1993), " An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty " , *European Journal of Marketing*, 38(1), pp.19-35. 29. Shoemaker, S. & R.C. Lewis (1999), " Customer loyalty: the future of hospitality marketing " , *International Journal of Hospitality management*, pp. 345-370. 30. Smith (1998), " The Relation Between Job Level and Job Satisfaction " , *Group and Organization Management*, 23, pp. 470-495. 31. Taylor, Steven A. and Thomas L. Baker (1994), " An Assessment of Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer ' s Purchase Intention " , *Journal of Retail Banking*, 70, pp.163-178. 32. Thomas, R. S. (1996), " Getting The Most Of Image : An Example From The Fast-Food Industry " , *Psychological Reports*, 78, pp.1299-1303.