

# The Impact of the Willingness of Revisiting among Medical Quality, Perceived Price and Patient satisfaction   Take Taiw

蔡相君、封德台

E-mail: 9417967@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

As the medical environment changed, many hospitals developed several self-paid items recently. In the competitive aesthetic plastic market, except promote medical quality while the prices which the patients pay much attention are also the important marketing point. However the aesthetic plastic trend did not only hot in Taiwan, but also became the fourth popular consumption for Mainland China. Therefore, this research explored the impact of the willingness of revisiting among medical quality, perceived price and patient satisfaction. This research took the aesthetic plastic patients who went to region hospitals as samples and used convenience sampling to gather questionnaires with an 85.7% usable return rate. The study result shown as below: (1) To the patient satisfaction, medical quality has the right remarkable influence relationship. (2) To the patient satisfaction, perceived price has the partially remarkable influence relationship. (3) To the willingness of revisiting, patient satisfaction service has the right remarkable influence relationship. (4) To medical quality, perceived price has the partially remarkable influence relationship. The outcome proved medical quality and perceived price affected patient satisfaction in some levels both in Taiwan and Mainland China. The results suggested that hospitals should offer the services with high quality, make a reasonable price and create the value-added for patients who needed the aesthetic plastic surgery to promote willingness of revisiting.

Keywords : medical quality ; perceived price ; patient satisfaction ; the willingness of revisiting ; aesthetic plastic surgery

## Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權頁 iii 中文摘要 v ABSTRACT vi 誌謝 vii 目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xi 第一章 緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究問題 4 第三節 研究目的 5 第四節 研究範圍與研究限制 5 第五節 研究流程 6 第二章 文獻探討 7 第一節 醫療品質相關理論 7 第二節 知覺價格相關理論 13 第三節 滿意度相關理論 19 第四節 再診意願相關理論 28 第三章 研究方法 34 第一節 研究架構 34 第二節 研究假設 35 第三節 變數之操作性定義 40 第四節 研究對象 44 第五節 問卷設計 45 第六節 抽樣方法 48 第七節 分析方法 49 第四章 實證分析結果 51 第一節 樣本描述 51 第二節 信度與效度 62 第三節 假設檢定 66 第四節 路徑分析 71 第五節 個人不同屬性在各構面之差異性分析 75 第五章 結論與建議 92 第一節 研究結果 92 第二節 研究意涵 95 第三節 研究限制與後續研究建議 101 參考文獻 102 中文部份 102 英文部份 107 網路部份 113 附件一 前測問卷 114 附件二 台灣正式問卷 118 附件三 大陸正式問卷 122 圖目錄 圖1-1 本研究流程圖 6 圖2-1-1 靶心模式 8 圖2-1-2 醫院服務品質之內涵 10 圖2-2-1 Means-End Model 14 圖2-2-2 知覺價格概念性架構圖 15 圖2-2-3 價格效果的概念性關係 15 圖2-3-1 顧客知覺品質與顧客滿意度關係圖 20 圖2-3-2 病患滿意度之架構 21 圖2-4-1 消費者購買評價模式 28 圖2-4-2 服務接觸過程評價模式 29 圖2-4-3 服務品質與行為意圖的模式 30 圖2-4-4 顧客購後評估之可能行動流程圖 31 圖2-4-5 消費者抱怨行為分類 32 圖2-4-6 不滿意消費者分類 33 圖3-1 本研究架構圖 34 圖3-2 本研究之分析方法匯集圖 50 圖4-4-1 本研究之路徑分析圖 71 圖4-4-2a 本研究台灣地區之路徑分析效果圖 73 圖4-4-2b 本研究大陸地區之路徑分析效果圖 74 表目錄 表2-1 醫療品質之相關理論彙總表 11 表2-2 知覺價格之定義彙總表 18 表2-3-1 病患滿意度之定義彙總表 23 表2-3-2 滿意度之衡量構面彙總表 27 表3-2 研究假設彙總表 39 表3-3-1 自變數之操作性定義彙總表 42 表3-3-2 中介變數之操作性定義彙總表 43 表3-3-3 依變數之操作性定義彙總表 44 表3-4-1 「醫療品質」問卷設計題項彙總表 46 表3-4-2 「知覺價格」問卷設計題項彙總表 47 表3-4-3 「病患滿意度」問卷設計題項彙總表 47 表3-4-4 「再診意願」問卷設計題項彙總表 48 表4-1-1 問卷回收率統計表 51 表4-1-2a 台灣地區基本資料分析次數分配表 53 表4-1-2b 大陸地區基本資料分析次數分配表 54 表4-1-3a 台灣地區受測者對醫療品質構面之意見平均值 55 表4-1-3b 大陸地區受測者對醫療品質構面之意見平均值 56 表4-1-4a 台灣地區受測者對知覺價格構面之意見平均值 57 表4-1-4b 大陸地區受測者對知覺價格構面之意見平均值 58 表4-1-5a 台灣地區受測者對病患滿意度構面之意見平均值 59 表4-1-5b 大陸地區受測者對病患滿意度構面之意見平均值 59 表4-1-6a 台灣地區受測者對再診意願構面之意見平均值 60 表4-1-6b 大陸地區受測者對再診意願構面之意見平均值 61 表4-2-1 各衡量變數之信度分析 62 表4-2-2a 醫療品質之因素分析 63 表4-2-2b 知覺價格之因素分析 64 表4-2-2c 病患滿意度之因素分析 64 表4-2-2d 再診意願之因素分析 65 表4-3-1a 台灣地區Pearson相關分析 66 表4-3-1b 大陸地區Pearson相關分析 67 表4-3-2a 台灣地區醫療品質與病患滿意度之多元迴歸分析結果 68 表4-3-2b 大陸地區醫療品質與病患滿意度之多元迴歸分析結果 68 表4-3-3a 台灣地區知覺價格與病患滿意度之多元迴歸分析結果 69 表4-3-3b 大陸地區知覺價格與病患滿意度之多元迴歸分析結果 69 表4-3-4a 台灣地區病患滿意度與再診意願之多元迴歸分析結果 69 表4-4-4b 大陸地區病患滿意度與再診意願之多元迴歸分析結果 70 表4-4-1a 本研究

台灣地區路徑分析結果 72 表4-4-2a 台灣地區醫療品質、知覺價格、病患滿意度與再診意願之影響效果分析結果73 表4-4-1b 本研究大陸地區路徑分析結果 74 表4-4-2b 大陸地區醫療品質、知覺價格、病患滿意度與再診意願之影響效果 75 表4-5-1 不同性別之患者在各構面之差異性分析 76 表4-5-2 不同費用支付之患者在各構面之差異性分析 77 表4-5-3a 台灣地區不同年齡之患者在各構面之差異性分析 78 表4-5-3b 大陸地區不同年齡之患者在各構面之差異性分析 79 表4-5-4a 台灣地區不同職業之患者在各構面之差異性分析 80 表4-5-4b 大陸地區不同職業之患者在各構面之差異性分析 81 表4-5-5a 台灣地區不同學歷之患者在各構面之差異性分析 82 表4-5-5b 大陸地區不同學歷之患者在各構面之差異性分析 83 表4-5-6a 台灣地區有不同習慣就診地點之患者在各構面之差異性分析 84 表4-5-6b 大陸地區有不同習慣就診地點之患者在各構面之差異性分析 85 表4-5-7a 台灣地區不同就診狀況之患者在各構面之差異性分析 86 表4-5-7b 大陸地區不同就診狀況之患者在各構面之差異性分析 87 表4-5-8a 台灣地區不同就診目的之患者在各構面之差異性分析 88 表4-5-8b 大陸地區不同就診狀況之患者在各構面之差異性分析 89 表4-5-9a 台灣地區有不同候診時間接受度之患者在各構面之差異性分析90 表4-5-9b 大陸地區有不同候診時間接受度之患者在各構面之差異性分析91 表5-1 研究結果彙整表 92 表4-5-5b 大陸地區不同學歷之患者在各構面之差異性分析 85

## REFERENCES

- 中文部份 1.方世榮（1991），服務業營銷管理，台北：書泉書局。
- 2.方世榮譯，Philip Kotler著(2000)，行銷管理學第十版，東華書局。
- 3.王建仁（2004），牙醫診所經營績效之探討，國立成功大學企業管理學系(EMBA)專班碩士論文。
- 4.王詩鳳（2004），醫療品質與生產力變動之評估 - 以台灣醫療品質指標計畫(TQIP)為例，國防管理學院國防財務資源研究所碩士論文。
- 5.王蓉莉（2001），消費者對組合產品的知覺評估-以產品知識、產品涉入為調節變數，義守大學管理科學研究所碩士論文。
- 6.朱玉如（2001），醫師與牙科病患對牙醫醫療品質的感受與滿意度的探討，國立陽明大學公共衛生研究所碩士論文。
- 7.朱詠華（1995），醫療服務知覺品質與顧客滿意度之關係研究，成功大學企業管理研究所碩士論文。
- 8.吳俊彥（2001），消費者行為，高立圖書有限公司出版。
- 9.呂榮傑（2001），加入WTO後，兩岸大型醫療機構服務品質對行銷競爭力之影響研究，靜宜大學企業管理學系/碩士論文。
- 10.宋奉宜（2000），公立醫院自費醫療服務之績效評估 以某醫學美容中心為例，長庚大學醫務管理研究所碩士論文。
- 11.李文儀（2003），就醫影響因素之研究--以牙醫診所為對象，義守大學管理科學研究所碩士論文。
- 12.李明亮（2003），台灣未來的衛生醫療政策，專題講座演講稿。
- 13.李瑋（2004），“愛美無罪，整容有理？” ，遠見雜誌。
- 14.汪昇展（2004），南部地區某區域教學醫院醫師對總額支付制度實施之滿意度研究，義守大學管理科學研究所碩士論文。
- 15.周鴻儒、高森永、陳育忠（1997），國軍醫院門診病患滿意度調查研究，國防醫學，25卷，5期，431-438。
- 16.林美惠（2002），地區醫院服務品質與滿意度之研究 - 【以屏東育生醫院為例】，義守大學/管理科學研究所碩士論文。
- 17.林憲卿（2004），商品標示、知覺品質與參考價格對消費者購買行為之影響，南華大學管理科學研究所碩士論文。
- 18.柯宜君（2000），消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響-於三種有形性比重不同服務業之比較，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 19.胡玉美（2004），探討醫院總額預算制度實施前後對住院醫療服務品質差異之影響 以某醫學中心為例，義守大學工業工程與管理研究所碩士論文。
- 20.秦兆璋（2001），製造來源國形象、消費者心理認知與知覺價格對消費者購買行為之影響 以兩岸都會區消費者為例，長榮管理學院經營管理研究所碩士論文。
- 21.張秀婉（2004），婦女再診意願關鍵因素探討-以大高雄地區婦產科診所為例，國立成功大學高階管理碩士在職專班碩士論文。
- 22.張雅婷（2004），“韓式整形風席捲全台 你準備好加入這股整形熱潮了嗎？” ，JASMINE茉莉雜誌9月號。
- 23.曹瓊文（2000），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未出版碩士論文。
- 24.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，義守大學管理科學研究所碩士論文。
- 25.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。
- 26.許展維（2000），銀行兼營保險之服務品質、知覺價格、顧客滿意度及顧客忠誠度之關聯性研究，靜宜大學企業管理學系碩士論文。
- 27.郭宜中、湯玲郎（2001），醫院服務品質與住院病患滿意度之研究 以區域教學醫院為例，醫院雜誌，34卷，5期，23-43頁。
- 28.郭德賓（2000），醫療服務業顧客滿意與競爭策略之研究。產業管理學報，1卷，2期，231-256頁。
- 29.陳汶楓（2004），消費者體驗與購後行為關係之研究 - 以六福村主題遊樂園為例，朝陽科技大學休閒事業管理系碩士班碩士論文。
- 30.陳怡伶（2000），電子商務關係行銷與顧客整體滿意度之研究，銘傳大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 31.陳楚杰（1992），談醫院行銷管理，醫院雜誌，25卷，3期，205-214。
- 32.陸運嫻（2004），產品涉入程度、滿意度與再購行為之相關性 - 以產婦的醫療服務，義守大學管理科學研究所碩士論文。
- 33.曾宏棋（2004），就醫價格彈性與品質彈性之比較，中國醫藥大學醫務管理研究碩士論文。
- 34.童惠芳（2004），醫療產業顧客滿意度與忠誠度指標模式之建構，國防醫學院/公共衛生學研究所/92/碩士論文。
- 35.覃士剛（2004），連鎖便利商店商品預購成功要素之研究，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所碩士論文。
- 36.黃崇銘（2003），生理機能障礙者就醫環境品質與滿意度調查，中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文。
- 37.楊淑涓（2001），價格、品質與價值鏈之實證研究-以國際觀光旅館為例，朝陽科技大學休閒事業管理研究所碩士論文。
- 38.鄒宜真（2004），運用線性結構模式探討網路商店之服務品質、顧客滿意度、顧客忠誠度與消費者特性關係之研究，國立東華大學企業管理學系碩士論文。
- 39.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」，國立中山大學企業管理研究所碩士論文。
- 40.蔡青姿（2004），醫學雷射美容消費意向模式建構之實證研究--結構方程模式之應用，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- 41.錢慶文（1994），「全民健保康實施後醫院可採行的行銷策略」，醫院雜誌，第27卷，第5期，24-30。
- 42.謝明娟、文久美、楊美雪（1998），門診病患對醫院滿意度與重視度之調查以台灣地區區域醫院為例，嘉南學報，24卷，183-193。
- 43.鍾國彪、藍忠孚、黃評，1997，我國醫院採行醫療品質保證與品質管理活動的現況與未來展望之研究，國科會專題研究報告。
- 44.韓揆（1994），醫療品質管

理及門診服務品質定性指標，中華公共衛生雜誌，13卷，1期，35-53。45.簡至成（2003），來源國製造能力、品牌知名度與獎項知名度對消費者知覺品質的影響，實踐大學企業管理研究所碩士論文。46.蘇武龍（2000），住院服務品質與病患滿意度之探討 以成大、奇美醫院為例，國立成功大學工業管理研究所碩士論文。英文部分

- 1.Anderson, Claes Fornell and Donald R. Lehmann (July, 1994), "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden", *Journal of Marketing*, Vol.58, pp.53-66.
- 2.Bearden, W. O. & Teel, J. (1983), "Selected Determinants of Consumer Satisfaction and Complain Reports", *Journal of Marketing Research*, Vol. 20(2), pp.21-38.
- 3.Bitner, M. J., Booms, B. M. & Tetreault, M. S. (1990), "The service encounter: Diagnosing favourable and unfavourable incidents", *Journal of Marketing*, Vol. 54(1), pp.71-85.
- 4.Cardozo, R. N. (Aug, 1969). "An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Vol. 2(3), pp.244-250.
- 5.Charska, N. L. (1980). "Use of medical service and satisfaction with ambulatory care among a rural minnesota population", *Public Health Report*, Vol.95, pp.44-52.
- 6.Cooper, David (1969), "The Begrudging Index and the Subject Value of Money", in *Pricing Strategy*, Bernard Taylor and Gordon Will, ed., London: Staples Press, Ltd., pp.122-131.
- 7.Day, R. L. & Landon, E. L. (1977), "Towards a theory of consumer complaining behavior in consumer and industrial buying behavior", In S. Jadish & B. Peter (Eds.), Amsterdam, North Holland: Publishing Company.
- 8.Della Bitta, Alber J., Kent B. Monroe John M. McGinnis (1981), "Consumer Perceptions of Comparative Price Advertisements", *Journal of Marketing Research*, Vol.18, pp.416-427.
- 9.Dickson, Peter and Alan Sawyer (1985), "Point of Purchase Behavior and Price Perceptions of Supermarket Shoppers," *Marketing Science Institute Working Paper Series*.
- 10.Dodds et al. (August, 1991), "Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers' Product Evaluations," *Journal of Marketing Research*, Vol.28, pp.308.
- 11.Dodds, William B. and Monroe, Kent B. (1985), "The effect of brand and price information on subjective product evaluations", *Journal of Marketing Research*, Vol.28, pp.85-90.
- 12.Donabedian, A (1995), "Chapter 12: The role of outcome in quality assessment and assurance". In N. D. Graham (ed.), *Quality in Health Care, Theory, Application and Evolution*, pp. 198-209, Gaithersburg, MD: Aspen Publication.
- 13.Donabedian, A. (1978), "The quality of medical care", *Science*, Vol. 200(4344), pp.856-864.
- 14.Donabedian, A. (1988), "The quality of care: How can it be assessed?" *JAMA*, Vol. 260(12), pp.1743-1761.
- 15.Fisher, C. D. (1986), "Organizational Socialization: An Integrative View", *Research in Personnel and Human Resources Management*, Vol.4, pp.101-145.
- 16.Friedman, M. A. (1995), "Issue in measuring and improving health care quality", *Health Care Financing Review*, Vol. 16(4), pp.155-173.
- 17.Gooding, S. & Smith, S. K. (1994), "Hospital out shopping and perceptions of quality implications for public policy", *Journal of Public Policy & Marketing*, Vol. 13(2), pp.271-280.
- 18.Haddad S, Potvin L, Roberge D, Pineajlt R, Remondin M(2000), "Patient perception of quality following a visit to a doctor in a primary care unit", *Family Practice*, Vol.17, pp.21-29.
- 19.Hall, J. A., & Dornan, H. C (1988). "What patients like about their medical care and how often they are asked: A meta-analysis of the satisfaction literature." *Social Science and Medicine*, Vol.27 (9), pp.935-939.
- 20.Harlam, B. A., A. Krishna and C. Mela (1995), "Impact of Bundle Type, Price Framing and Familiarity on Purchase Intention for the Bundle," *Journal of Business Research*, Vol.33, pp.57-66.
- 21.Javalgi, G. & Rajshekar. E. (1991), "Choosing a hospital: Analysis of consumer tradeoffs", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 11(1), pp.12-22.
- 22.JCAHO (1989), "Proposal principles of organization, management and effectiveness", Washington, D.C.: The Commission.
- 23.Joby, J H. (1993), "Referent opinion and health care satisfaction", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 14(2), pp.56-64.
- 24.John, J.(1992), "Improving quality through patient provider communication", *Journal of Health Care Marketing*, Vol.11, pp.51-60.
- 25.Kashyap, Rajiv and Bojanic, David C. (Aug., 2000), "A structural analysis of value, quality, and price perceptions of business and leisure travelers", *Journal of Travel Research*, Vol. 39, pp.45-51.
- 26.Kotler, Philip (1996), "Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, 9th ed", Prentice-Hall Inc.
- 27.Leinonen, T., Leino-Kilpi, H., Stahlberg, M-R., Lertola, K. (2001), "The Quality of Perioperative Care:Development of a Tool for the Perceptions of Patients", *Journal of Advancsd Nurling*, Vol. 35(2), pp.294-306.
- 28.Lichtenstein, Donald R.; Ridgway, Nancy M. and Netemeyer, Richard G. (May, 1993), "Price perceptions and consumer shopping behavior: A field study", *Journal of Marketing Research*, pp.234-245.
- 29.McAlexander, J. H., Kaldenberg, D. O., & Koenig, H. F. (1994), "Service quality measurement", *Journal of Health Care Marketing*, Vol.14(3), pp.34-40.
- 30.Miller Bader MM. (1988), "Nursing care behaviors that predict patient satisfaction", *J Nursing Quality Assurance*, Vol. 9, pp.291-299.
- 31.Monore, Kent B. and Krishnan, R. (1985), "The effect of price on subjective product evaluations", *Perceived Quality*. Lexington, MA: Lexington Books, pp.209-232.
- 32.Oliver, R.L. (Nov., 1980), "A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol.17, pp.460-469.
- 33.Olsavsky, Richard W. (1985), "Perceived Quality in Consumer Decision Making:An Integrated Theoretical Perspective", *Perceived Quality*, Jacoby, J. Olson (eds.), Lexington, MA:Lexington Books, pp.3-29.
- 34.Palmer RH, Donabedian A, Pobar GJ (1991), "Striving for Quality in Health Care- An Inquiry into Policy and Practice", Ann Arbor, Michigan: Health Administration Press.
- 35.Puto, Christopher P. (1987), "The Framing of Buyer Decisions", *Journal of Consumer Research*, Vol.14, pp.301-315.
- 36.Risser, N. (1975), "Development of an instrument to measure patient satisfaction with nurses and nursing care in primary care settings", *Nursing Research*, Vol.24, pp.45-52.
- 37.Strasser, S. & Davis, R. M. (1991), "Measuring patient satisfaction for improved patient services", Ann Arbor, MI: Health Administration Press.
- 38.Stufflebeam, D.L., et al(1971), "Educational evaluation and ecision making." Indiana:Phi Kappa.
- 39.Tantipoonwinai, S.(1994), "Improved quality of care resulting in patient satisfaction, conference reference", *Empowermen of nurses*.
- 40.Ware, J. E., & Hays, R. D. (1988), "Methods for measuring patient satisfaction with specific medical encounters", Vol.26(4), pp.393-402.
- 41.Whelan, Bulilding. University of Liverpool. (2000), "Department of primary care : Systematic review of studies of patient satisfaction with telemedicine", *British Medical Journal*.
- 42.Wind, Y. and Green, P. E. (1974), "Some Conceptual, Measurement, and Analytical Problem in Life Style Research", in William D. Wells ed., *Life Style and Psychographics*, N. Y. AMA, pp.122.
- 43.Woodside, A. G., Frey, L. L., & Daly, R. T. (1989), "Linking service quality, customer satisfaction, and

behavioral intention” , Journal of Health Care Marketing, Vol. 9(4), pp.5-17. 44.Woodside, Arch, G., Sertich, C. M., & Chakalas, J. M. (1987), “ Hospital choice: Patient attribution of the decision and satisfaction with the services ” , Journal of Health Care Marketing, Vol. 7(1), pp.61-68. 45.Zeithaml, V. A. (1988), “ Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence ” , Journal of Marketing, Vol. 52, pp.2-22. 46.Zeithaml, Valarie A. and Mary Jo Bitner (1996), “ Service Marketing ” McGraw-Hill, pp.123 47.Zeithmal, V. A. and Graham, K. L. (1993), “ The accuracy of reported reference prices for professional services ” , Advances in Consumer Research, Vol. 10. Association for Consumer Research. 48.Zeithmal, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A.(1996), “ The behavioral consequence of service quality ” , Journal of Marketing, Vol. 60, pp.33 49.Zeithmal, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A.(1996), “ The behavioral consequence of service quality ” , Journal of Marketing, Vol. 60, pp.33 網路部份 1.行政院主計處網站: <http://www.dgbas.gov.tw/> 2.行政院研究發展考核委員會: <http://www.rdec.gov.tw/> 3.行政院衛生署網站: <http://www.doh.gov.tw/> 4.蔡豐州醫師專業網站[www.medi-life.com.tw/](http://www.medi-life.com.tw/)