

A Study of Service Quality and Total Satisfaction for Members in Kaohsiung's Fitness Clubs

吳聰裕、黃世明

E-mail: 9421220@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The purpose of this study is to research on service quality of fitness club and overall satisfaction of members. The result of this study will provide reference resources for improving service quality to fitness club owners. The objects of this study are members in fitness club in Kaohsiung City, and this study applies the difference of expectation and perception of service in Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy five different respects to judge service quality. In addition, this study also utilizes Importance-Performance Analysis (I.P.A.) to research on members' degree of satisfaction and emphasis on service items that fitness center provided. This study is using Convenience Sampling, and total valid surveys are 374 copies from April 15 to 20 in 2005. According to the data and information collected from valid survey, I applied descriptive statistics, One-Sample t-test, One-way ANOVA, and Paired-Sample t-test to analyze data. The following summary is the result after analyzing: 1. The most important service item for fitness members is "sanitation and cleanness of facility", and the second important item is "professional qualification of trainers". The less emphasis is "clean and neat apparel of service staffs", and the second less important item is "capacity of parking space in fitness club". 2. The most satisfaction for members is "clean and neat apparel of service teams" and "service team's politeness and kindness to customers". The less satisfaction is "capacity of parking space in fitness club". 3. The overall satisfaction of members in fitness center is between a little satisfied and satisfied. 4. We found the following four service items need to be improved through using I.P.A.: a. Sanitation and cleanness of facility. b. Fitness club will accomplish the service that promised to customer in time. c. Service staffs of fitness club have ability to deal with emergent accident. d. Service staffs' attitude and speed of taking care of members' complaints. e. Fitness club will put members' right and benefit as first priority.

Keywords : Fitness Club, Service Quality, Overall Satisfaction

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	vii 誌謝
ix 目錄	x 圖目錄
xiii 表目錄	xiv 第一章 緒論 第一節 研究背景與動機
1 第二節 研究目的	3 第三節 研究問題 3
第四節 研究範圍與對象	4 第五節 名詞解釋 4
節 健康體適能俱樂部概況	6 一、健康體適能俱樂部的起源與發展 6
10 三、我國健康體適能俱樂部產業概況	12 二、健康體適能俱樂部的定義 14
品質相關理論	15 一、服務品質的定義 15
16 三、重要 - 表現程度分析法 (I.P.A.)	20 二、服務品質衡量構面 21
度的定義	20 第三節 顧客滿意度相關理論 21
24 第四節 相關實證研究	22 一、顧客滿意度的衡量 23
第二節 研究假設	23 三、服務品質與滿意度的關係 30
37 第五節 預試成果	25 第三章 研究方法 第一節 研究架構 30
43 第七節 研究限制	32 第三節 問卷設計與操作性定義 32
46 第二節 假設檢定	38 第六節 資料分析與統計方法 38
第一節 研究結果摘述與討論	45 第四章 研究結果 第一節 樣本資料分析 45
分	53 第三節 重要 - 表現程度分析 53
102 附錄A 訪談大綱	80 第二節 相關建議 80
115 附錄D 問卷專家效度審查意見	94 二、英文部分 94
116 附錄E 預試問卷	99 三、網路資料 99
119 附錄F 正式問卷	103 附錄B 問卷專家效度審查感謝函 103
122 圖目錄 圖2.1 美國健康體適能俱樂部產業發展分佈圖	114 附錄C 問卷 114
20 圖3.1 研究架構圖	8 圖2.2 重要 - 表現程度分析模式圖 8
77 表目錄 表1.1 民國九十三年國人十大死亡原因排行	31 圖4.1 重要 - 表現程度分析圖 31
7 表2.2 國內俱樂部發展歷年表	3 表2.1 國外俱樂部發展歷年表 3
	10 表2.3 國內俱樂部發展歷年表 10

學者對俱樂部定義彙整表	11 表2.4 服務品質的定義彙整表	15 表2.5
SERVQUAL 量表衡量構面及評估項目	19 表2.6 顧客滿意度的定義彙整表	22 表2.7
健康體適能俱樂部相關文獻彙整表	26 表3.1 SERVQUAL 量表與本研究服務問項對照表	34 表3.2
本研究各變數衡量項目	37 表3.3 樣本來源與樣本數分佈狀況表	38 表3.4 服
務品質各構面信度分析表	39 表3.5 專家效度審查名單	40 表3.6 專家
效度審查意見彙整表	41 表3.7 問卷內容修訂前後對照表	42 表3.8 研究假
設與驗證之分析方法彙整表	44 表4.1 樣本基本資料次數分配表	48 表4.2 期望服務
重視程度及信度分析表	50 表4.3 實際知覺服務滿意程度及信度分析表	51 表4.4 期望服務與
實際知覺服務各相對應問項間之差距	52 表4.5 會員對健康體適能俱樂部整體滿意度表	53 表4.6 樣本基本資料
合併前後比較表	54 表4.7 人口統計變項在重視程度有形性構面差異性分析	58 表4.8 人口統計變項在
重視程度可靠性構面差異性分析	59 表4.9 人口統計變項在重視程度反應性構面差異性分析	61 表4.10 人口統計變項在
重視程度確實性構面差異性分析	62 表4.11 人口統計變項在重視程度關懷性構面差異性分析	64 表4.12 人口統計變項在
滿意程度有形性構面差異性分析	67 表4.13 人口統計變項在滿意程度可靠性構面差異性分析	68 表4.14 人口統計變項在
滿意程度反應性構面差異性分析	70 表4.15 人口統計變項在滿意程度確實性構面差異性分析	71 表4.16 人口統計變項在
滿意程度關懷性構面差異性分析	73 表4.17 人口統計變項在整體滿意度之差異性分析	75 表4.18 期望服務與實際
知覺服務間之差異情形	76 表5.1 假設驗證結果與研究發現	86 表5.2 I.P.A.分析結果歸
納表	88	

REFERENCES

- 一、中文部分
- 丁國璽。(2003)。影響飯店業服務品質因素之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
 - 中華民國有氧體能運動協會。(2000)。台灣健身房(體適能中心)設施及管理之研究。台北:行政院體育委員會。
 - 江依芳。(2004)。生態旅遊服務品質、滿意度及行為意向關係之研究 - 以日月潭步道生態之旅為例。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
 - 江盈如。(1999)。大台北地區健康俱樂部顧客滿意度、忠誠度以及滿意構面重視度之研究。國立交通大學經營管理研究所碩士論文。
 - 牟鍾福等。(2002)。台灣地區民眾運動休閒設施需求研究。行政院體育委員會委託研究案。
 - 何恆東。(2004)。運動健身俱樂部服務品質評級模式建構之研究。國立台灣體育學院休閒運動管理研究所碩士論文。
 - 沈淑貞。(1999)。桃竹苗地區運動健身俱樂部服務品質與會員滿意度之研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
 - 宋曉婷。(2002)。台北市健康俱樂部會員轉換行為之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。
 - 吳奕賢。(2002)。健康俱樂部消費行為與行銷組合滿意度之研究。台灣體育運動管理學報。(1), 227-243。
 - 吳松齡。(2003)。休閒產業經營管理。台北:揚智。
 - 吳明隆。(2003)。SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計。台北:知城數位科技。
 - 李錫銘。(2002)。顧客滿意度調查。品質月刊, 38(4), 71-80。
 - 李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉譯。Babbie, E. (1998)。社會科學研究方法。台北:時英出版。
 - 李茂興、戴靖惠、吳偉慈譯。Iacobucci, D., & Swartz, T. A. (2000)。服務業的行銷與管理。台北:弘智。
 - 杜淑芬譯。Crossley, C. J., & Jamiean, M. L. (1998)。商業遊憩。台北:品度。
 - 林文郎。(2004)。我國健康體適能產業發展的前景。興體育、拼經濟 - 體育與台灣的經濟發展。台北:天下文化。
 - 林苑地。(2004)。主題樂園遊樂品質評量指標建立及遊樂滿意度評量模式發展之研究 - 以國內民營綜合主題樂園為例。真理大學管理科學研究所在職專班碩士論文。
 - 林育璋。(2003)。台中 20 號倉庫服務品質與參觀者滿意度之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士論文。
 - 林恬予。(2001)。旅館服務品質、顧客滿意度與再宿意願關係之研究。長榮管理學院經理管理研究所碩士論文。
 - 林進田。(1993)。抽樣調查:理論與應用。台北:華泰。
 - 林燈燦。(2003)。服務品質管理。台北:品度股份有限公司。
 - 姜慧嵐。(2000)。台灣健康體適能俱樂部產業之研究。中國文化大學體育研究所碩士論文。
 - 姜慧嵐。(2002)。淺談台灣健康俱樂部產業概況。國民體育季刊, 31(4), 33-37。
 - 洪聖惠。(2001)。健康休閒俱樂部之商圈經營研究。輔仁大學應用統計研究所碩士論文。
 - 范智明。(1999)。台北市運動健身俱樂部會員消費者行為之研究。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
 - 唐心如。(2003)。健康俱樂部會員保留影響因素之探索性研究 - 以亞力山大健康俱樂部為例。國立台灣科技大學管理研究所碩士論文。
 - 徐堅白。(2000)。俱樂部的經營管理。台北:揚智。
 - 高俊雄。(2003)。運動俱樂部服務品質之提升。國民體育季刊, 33(4), 15-20。
 - 高登第譯。Kotler, P., Jain, C. D., & Maesincee, S. (2001)。科特勒新世紀行銷宣言。台北:天下文化。
 - 袁世珮、游琇雯譯。Albrecht, K., & Zemke, R. (2002)。服務經濟大時代。台北:麥格羅希爾。
 - 陳金冰。(1991)。休閒俱樂部行銷策略之研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
 - 陳耀茂。(1997)。服務品質管理手冊。台北:遠流文化。
 - 陳俊忠。(1997)。現代生活與健康。體適能指導手冊。台北:中華民國有氧體能運動協會。
 - 陳泉源。(2003)。健康俱樂部會員消費行為之個案研究。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文。
 - 陳麒文、陳鴻雁。(2003)。健康休閒俱樂部之顧客關係管理策略 - 以顧客流失分析為例。大專體育。(64), 75-82。
 - 陳進丁。(2004)。固網通服務品質之顧客滿意度、後續行為研究 - 以中華電信高雄市內電話用戶為例。義守大學工業工程管理學系碩士論文。
 - 陳景森。(1996)。運動健康俱樂部服務品質之實證研究 - 以中興健身俱樂部為例。國立台灣師範大學體育研究所碩士論文。
 - 陳膺強。(1994)。應用抽樣調查。台北:台灣商務。
 - 陳鴻雁等。(2003)。我國國民運動意識之調查研究。行政院體育委員會委託研究案。
 - 馮家騏。(2005)。台北市健身俱樂部會員消費行為與顧客滿意度之研究。大葉大學休閒事業管理學系碩士班未出版論文。
 - 賀力行。(2003)。中油加油站顧客服務品質之探討 - 以新竹地區為例。中華大學科技管理研究所碩士論文。
 - 黃賢哲。(2004)。運動健身俱樂部消費者商店印象與再次購買意願之研究。國立雲林科技大學休閒運動研究所碩士論文。
 - 黃鴻斌。

(2003)。健康體適能俱樂部會員參與動機、顧客滿意度及忠誠度關聯性之研究 - 以金牌健康體適能俱樂部為例。南華大學旅遊事業管理研究所碩士論文。44.曾麗娟。(2001)。應用行動研究改善運動健身俱樂部服務品質之個案實證研究。國立台灣體育學院體育研究所碩士論文。45.彭淑美。(1993)。營利性運動休閒健身設施之經營管理。國民體育季刊, 22(2), 89-94。46.程紹同。(1997)。國內運動休閒與體適能企業之概況介紹及經營策略分析。桃縣文教, 1(5), 29-36。47.廖榮聰。(2003)。民宿旅客投宿體驗之研究。朝陽科技大學休閒事業管理系碩士論文。48.潘中道、黃瑋瑩、胡龍騰譯。Kumar, R. (2000)。研究方法步驟化學習指南。台北:學富文化。49.鄭秀琴。(2004)。健身俱樂部運動指導員專業能力與進修需求認知之研究 - 以亞力山大健身俱樂部為例。輔仁大學體育學系碩士論文。50.衛南陽。(2001)。新顧客滿意學:e世紀的成功之道。台北:商兆文化。51.戴宜臻。(2002)。健康休閒俱樂部會員參與動機、限制因子、實際體驗與滿意度之研究 - 以亞力山大健康休閒俱樂部為例。國立嘉義大學管理研究所碩士論文。52.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未出版碩士論文。二、英文部分 1. Christian, G. (1990)。Service management and marketing. Lexington, MA:Lexington Books. 2. Czepiel, J. A. (1974)。Perspective on customer satisfaction. AMA Conference Proceedings, 8, 119-123. 3. Day, R. L. (1988)。Extending the concept of consumer satisfaction. Atlanta Association of Consumer Research, 4(2), 149-154. 4. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986)。Consumer Behavior (5rd)。New York:Plenum Press. 5. Garvin, J. M. (1984)。Consumer Perceptions of Service Quality Really Means. Sloan Management Review, 30(3), 25-43. 6. Hemple, D. J. (1977)。Consumer satisfaction with the home buying process:conceptualization and measurement. Marketing Science Institute, 6, 7-21. 7. Haywood, F. J. (1988)。A Conceptual Model of Service Quality. Industrial Journal of Production Management, 8(6), 19-29. 8. IHRSA (2000)。2000 IHRSA Report on the State of the Health Club Industry, 7-17, Boston:IHRSA. 9. Juran, J. M. (1989)。A Universal Approach to Managing for Quality. Quality Progress, 6(5), 15. 10.Juran, J. M. (1986)。Juran on Leadership for Quality:An Executive Handbook. New York:Free Press. 11.Lewis, P. (1991)。The role of marketing: Its fundamental planning function devising a strategy. London:Museums and Galleries Commission and Routledge. 12.Martilla, J. A., & James, J. C. (1977)。Importance -Performance Analysis. Journal of Marketing, 41(1), 77-79. 13.Oliver, R. L. (1981)。Measurement and evaluation of Satisfaction process in retail setting. Journal of Retailing, 57(3), 18-48. 14.Oliver, R. L. (1993)。Contitive, affective, and attribute bases of the satisfaction. Journal of Customer Research, 20(4), 418-430. 15.Parasuraman, A., Zeithaml, V. a., & Berry, L. L. (1985)。A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Furture Research. Journal of Marketing, 49, 41-50. 16.Parasuraman, A., Zeithaml, V. a., & Berry, L. L. (1988)。Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Journal of Marketing, 52, 35-48. 17.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990)。Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. Journal of Retailing, 67, 420-450. 18.Sasser, W. E., Olsen, k., & Wyckoff, D. D. (1978)。Management of service operations. MI:Allya and Bacon. 19.Singh, J. (1991)。Understanding the structure of consumer satisfaction evaluation of service delivery. Journal of Academy Marketing Sciences, 19(3), 223-234. 20.Szmigin, Isabel T. D. (1993)。Managing Quality in Business-to- Business Services. European Journal of Marketing, 27(1), 5-21. 21.Tes, D. K., & Wilton, P. C. (1988)。Models of consumer satisfaction formation:An Extension. Journal of Marketing, 25(2), 204-212. 22.Westbrooks, R. A. (1980)。A Rating Scale for Measuring Product /Satisfaction. Journal of Marketing, 44, 68-72. 23.Woodside, A. G., Frey, L. & Daly, R. T. (1989)。Daly:Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention. Journal of Health Care Marketing, 9(4), 5-17. 24.Zeithaml, V. A., & Bitner, M. (1996)。Service marketing. New York:Mcgraw-Hill. 三、網路資料 1.行政院體育委員會網站。2005.01.25。 <http://www.ncpfs.gov.tw> 2.行政院主計處網站。2004.12.18。 <http://www.dgbasey.gov.tw> 3.行政院衛生署網站。2005.6.8。 <http://www.doh.gov.tw> 4.國際健康及運動俱樂部協會網站。2005.01.25。 <http://cms.ihrsa.org>