

A Study of School Service Quality and Students Satisfaction in Chienkuo Technology University

劉惠慈、李維靈

E-mail: 9507391@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT This study applies the concept of P.Z.B. model of service quality to construct the school service quality model, by using SERVQUAL scale and employing the empirical investigation through developing the “ Technology school service quality questionnaire ” to understand the students ’ thoughts toward school service quality in Chienkuo Technology University. According to the results of study, we provide some suggestions for school improvements. The research focused on the differences between expectations and receptions of school service in Chienkuo Technology toward variety of background students. 750 respondents were selected by stratified random sampling, an 85% returned-rate which counts for 636 valid subjects. Statistics methods included of description analysis, t-test analysis of variance, ANOVA test, Scheffe post test, correlation analysis and regression analysis, the Importance Performance Analysis (I.P.A.) method was conducted to clarify the relationships between the service quality and students ’ satisfaction. Results were significant and concluded as followings: 1. Elements in the school service quality content in Chienkuo Technology University are four constructive dimensions; “ confidence ”, “ communication ”, “ content ” and “ safety ”. 2. Students ’ expectations of school service quality are vary and significant in sex and grades, especially in the constructive factor of “ content ” and “ safety ”. 3. Students ’ receptions for school service quality are vary and significant in sex and grades, especially in the constructive face of “ communication ”. 4. Overall students ’ satisfaction are vary and significant in different grades and colleges. 5. There are significant differences between students ’ expectation and receptions toward school service quality. 6. There are significant correlations among expectation, receptions for school service quality and overall satisfaction. 7. Students showed dissatisfied with the service quality dimension of “ content ”, which confirmed by I.P.A. method and required to be greatly improved. According to the results of study, we recommend following conclusions and suggestions: 1. Maintaining study periodically, increasing teachers ’ professional abilities in teachings, counseling and complementing the school teaching infrastructures. 2. Keeping the communication channels fluently, understanding students ’ needs and helping students to resolve problems. 3. Be aware of the students ’ background differences, in order to provide different teachings and services. 4. Building the data base center for school service quality improvement and conducting an assessment for school service quality periodically.

Keywords : Service Quality, Satisfaction, P.Z.B. Model, SERVQUAL, Chienkuo Technology University

Table of Contents

目錄封面內頁簽名頁授權書	iii
中文摘要	iv
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
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	4
第四節 研究對象與限制	4
第五節 名詞解釋	5
第二章 文獻探討	7
第一節 服務與服務品質之意涵	7
第二節 服務品質之相關理論	10
第三節 滿意度之相關理論	20
第四節 服務品質與滿意度關係	23
第五節 科技大學如何應用五項服務品質構面之策略	27
第三章 研究方法	32
第一節 研究架構與假設	32
第二節 問卷設計與操作性定義	34
第三節 抽樣設計	37
第四節 資料分析方法	38
第四章 研究結果分析與討論	42
第一節 基本資料分析	42
第二節 因素分析與信度分析	43
第三節 各題項之差異分析	45
第四節 假設檢定與討論	50
第五節 重要-表現程度分析	66
第五章 結論與建議	74
第一節 研究結論	74
第二節 建議	77
參考文獻	82
一、中文部份	82
二、英文部份	86
附錄一 預試問卷	90
附錄二 正式問卷	93
圖目錄	
圖2-1 服務接觸三元素	8
圖2-2 服務品質與滿意度關係	25
圖2-3 重要-表現程度分析模式圖	31
圖3-1 研究架構圖	33
圖4-1 可靠性之滿意程度-期望程度之座標圖	70
圖4-2 溝通性之滿意程度-期望程度之座標圖	70
圖4-3 內容性之滿意程度-期望程度之座標圖	71
圖4-4 安全性之滿意程度-期望程度之座標圖	71
表目錄	
表2-1 服務品質構面意義與趙德容在教育領域上的應用	14
表2-2 滿意度之定義表	21
表3-1 學校服務品質構面與趙德容題項內容對照表	35
表3-2 預試因素分析結果彙整表	36
表3-3 建國科技大學比例抽樣人數表	38
表3-4 研究假設與其相對應的統計分析方法	41
表4-1 樣本之人口統計變項次數分配表	43
表4-2 期望層面及實際感受層面之信度係數 (N=636)	45
表4-3 期望與實際感受層面差異分析統計總表 (N=636)	46
表4-4 性別在期望服務上之差異分析表	51
表4-5 年級在期望服務上之差異分析表	52
表4-7 院別在期望服務上之差異分析表	55
表4-8 性別在實際感受服務上之差異分析表	56
表4-9 年級在實際感受服務上之差異分析表	57
表4-10 學制在實際感受服務上之差異分析表	59
表4-11 院別在實際感受服務上之差異分析表	60
表4-12 學生背景變項在滿意度上之差異分析表	62
表4-13 期望服務與實際感受服務間之差異分析表	63
表4-14 實際感受服務與整體滿意度之相關分析表	64
表4-15 實際感受服務與整體滿意度逐步迴歸模式分析係數表	65
表4-16 學生期望與實際感受之SWOT分析表	69
表4-17 研究假設驗證結果	

REFERENCES

- 參考文獻 一、中文部份 1. 小名川真治郎、永川克彥(1995)。顧客滿意經營的實踐，台北。 2. 田文良(2000)。使用者涉入對網際網路線上服務品質的影響。國立台灣大學資訊管理研究所碩士論文。 3. 江義平(2000)。教學服務品質衡量模式建構及分析之研究，亞太管理評論，第5卷第1期，頁95-115。 4. 呂博裕(1997)。服務管理-以創造競爭優勢，台北，美商McGraw-Hill 公司。 5. 余幸娟(2000)。宗教觀光旅遊動機與其滿意度之研究 以台南南鯤鯓代天府為例。私立中國文化大學觀光事業研究所碩士論文。 6. 林怡安(2001)。以遊客滿意度探討博物館服務品質之研究 以國立自然科學博物館。私立南華大學旅遊事業管理研究所未出版碩士論文。 7. 林晏洲、陳惠美、顏家芝(1998)。高雄都會公園遊客滿意度及相關因素之研究。戶外遊憩研究，第11期，頁59-71。 8. 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研究所碩士論文。 9. 林宏長(1993)。企研所專業教育之服務滿意度衡量 - 公私立大學研究生之觀點。國立中央大學企業管理研究所碩士論文。 10. 周明宇(1999)。關係行銷之社會文化構面探究。大葉大學事業經營研究所碩士論文。 11. 周碩樑(1999)。高級工業職業學校服務品質內涵建構與實證調查研究。國立台灣師範大學教育研究所碩士論文。 12. 邱皓政(2002)。量化研究與統計分析。五南圖書出版股份有限公司。 13. 吳明隆(2000)。SPSS統計應用實務。松崗電腦圖書資料股份有限公司。 14. 洪廣禮(2000)。二十一世紀的客戶關係管理。通訊雜誌。 15. 洪順慶(1999)。行銷管理。新陸書局。 16. 洪順慶(2001)。管理服務品質。突破雜誌，頁14-17。 17. 高大剛(1999)。非營利組織行銷溝通，顧客特質，服務品質與顧客態度關係之研究 以國立自然科學博物館為例。私立逢甲大學企業管理研究所未出版碩士論文。 18. 翁雅洵(1999)。台灣生物科技產業人力資源教育品質 - 以國內生技相關研究所專業教育品質為例。國立成功大學企業管理研究所碩士論文。 19. 連清唐(2004)。高職生選校時重視的服務品質影響因素之探討 - 以北縣某私校商職為例。銘傳大學管理科學研究所碩士論文。 20. 郭德賓(1999)。服務業顧客滿意評量模式之研究。國立中山大學企業管理研究所博士論文。 21. 莊怡軒(2002)。保護顧客隱私，做好顧客關係管理。台灣師範大學工業科技教育所人力資源組研究生。 22. 許景僚(2003)。煤焦油產業顧客滿意度及產品整體服務品質關係之研究。中山大學企業管理研究所碩士論文。 23. 陳耀茂(1997)。服務品質管理手冊。遠流出版事業股份有限公司。台北市。 24. 陳耀茂(1999)。全方位服務實戰寶典。財團法人中衛發展中心台北市。 25. 陳家駒(2002)。服務品質、顧客滿意度與顧客後續行為意圖關係之探討-以海軍某修護工廠為例。國防大學後勤管理研究所未出版碩士論文。 26. 許標能(2004)。FTTB寬頻接取網路系統服務品質及使用者滿意度之研究。大葉大學資訊管理學系研究所碩士論文。 27. 黃承昱(1996)。大專院校學生教育滿意度 以銘傳管理學院為例。銘傳管理學院科學研究所碩士論文。 28. 黃勇富、李珮瑜、林玉芬、林佳慧、蕭雲玲(2000)。「大學服務品質之實證研究 - 以朝陽科技大學企管系為例」。品質管制月刊，第36卷 第6期，頁61- 70。 29. 黃鵬飛譯(2002)。Services Marketing ting 2nd edition A. Zeithaml & Mary Jo Bitner著。服務行銷。華泰文化事務(股)公司。 30. 張紹勳、張劭評、林秀娟(2000)。SPSS FOR Windows 統計分析:初等統計與高等統計第四版，松崗電腦圖書資料股份有限公司。 31. 楊綺紅(2002)。多校區大學學生對學校服務品質之研究。銘傳大學管理科學研究所碩士論文。 32. 趙德容(2004)。技職教育學習資源服務品質模式建立之研究-以空軍航空技術學院為例。義守大學管理科學研究所碩士論文。 33. 廖志德(1999)。互動時代的客戶關係管理。能力雜誌。2004年7月23日，取自 <http://www.jaya.com.tw/manager.shtml> / 34. 賴士奇等合譯(2001)。羅南·史威福(Ronald S. Swift)著。深化顧客關係管理。遠擎管理顧問股份有限公司。 35. 盧坤利(1999)。台灣地區企業採用顧客關係之影響因素研究。國立台灣大學商學研究所碩士論文。 36. 謝見佑(2004)。從顧客關係管理活動探討如何提升顧客滿意度 以郵局國內快捷為例。長榮大學經營管理研究所碩士論文。 37. 簡君蓉(2002)。國民中學學校服務品質缺口模式問卷發展與應用之研究。國立暨南國際大學教育政策與行政研究所碩士論文。 38. 電子商務導航，第二卷，第13期。 二、英文部份 1. Booms & Bitner (1981). Marketing Strategies and Organization Structure for Services Firms, Marketing of Service, American Marketing Association, Chicago. 2. Bultena, G. L., & Klessig, L. L. (1969). Satisfaction in camping: a conceptualization and guide to social research. J. of Leisure Research, 1(4) : 348-354. 3. Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A Multistage Model of Customers' Assessments of Service Quality and Value. Journal of Consumer Research, 17 (March), 375-384. 4. Chase, R. B., & Bowen, B. D. (1978). Where does the customer fit in a service operation? Harvard Business Review, 56 (Nov-Dec), 137-142. 5. Cronin, J. J., Jr. & Steven A. T. (1992). " Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, " Journal of Marketing, 56(July), 55-68. 6. Cronin, J. J., Jr. & Steven A. T. (1994). " SERVPERF versus SERVQUAL : Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations, Measurement of Service Quality, " Journal of Marketing, 58, 125-131. 7. Czepiel, J. A. (1974). Perspective on customer satisfaction. AMA Conference Proceedings, 8, 119-123. 8. Churchill, G. A., Jr., & Surprenant, C. (1982). An Investigation Into the Determinants of Consumer Satisfaction. Journal of Marketing Research, 19 (November), 491-504. 9. Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative response to dissatisfaction. MI: Association for Consumer Research, 11, 460. 10. Dorfman, P. W. (1979). Measurement and meaning of recreation satisfaction : A case Study in Camping Environment and Behavior, 11 (4), 483-510. 11. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1984). Consumer Behavior (5 th ed.). New York : Plenum Press. 12. Frederick F. R. (1996). Learning from Customer Defections, Harvard Business Review. 57-69. 13. Gronroos, C. (1984). " A Service Quality Model and Its Marketing Implications, " European Journal Marketing, 18 (4), 36-44. 14. Hempel, D. J. (1977). Consumer Satisfaction with The Home Buying Process: Conceptualization and Measurement, H. K. Keith, ed. Cambridge. MA: Marketing Science Institute. 15. Hampton, G.. (1993). Gap Analysis of College Student Satisfaction as a Measure of Professional Service Quality, Journal of Professional Service Marketing, Vol.9, 115-128. 16. Katherine, N. Lemon, Tiffany Barnett White, Russel, S. Winer (2002). Dynamic Customer Relationship Management: Incorporating Future Considerations into the Service Retention Decision. Journal of Marketing, 66 (1), 1-14. 17. Kalakota, Ravi & Marcia Robinson (1999). e-Business: Roadmap for Success, (1st ed.), U.S.A.: Mary T. O'Brien. 18. Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, planning,

implementation and control, (9 th ed.), Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 19. Kotler, P. (2003). " Marketing Management, " (11th ed.), Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall. 20. Kerlin, C. A. (2000). " Measuring Student Satisfaction with the Service Processes of Selected Student Educational Support Services at Everett Community College (Washington), " Unpublished Doctoral Dissertation, Oregon : The Oregon State University. 21. Larry, A., Steven, L. & Dennis, D. (1979). Student Satisfaction as a Measure of Department Quality, *Journal of Educational Psychology*, 71(4), 494-498. 22. Lovelock, C. H., & Young, R. F. (1979). Look to consumers to increase productivity. *Harvard Business Review*, 57 (3), 168-178. 23. Lehtinen, U. (1982). Two approaches to service quality. *Journal of Customer Research*, 17 (4), 321-342. 24. Matthew, Barthl (2002). Customer Relationship Management. *Community Banker*, 11(11), 36-40. 25. Norman G. M. (2000). Retail Leasing in a Web Enabled World, *Journal of Real Estate Portfolio Management*, 6 (2), 167-183. 26. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57 (3), 25-48. 27. Oliver, R. L. (1988). Contitive, affective, and attribute bases of the satisfaction. *Journal of Customer Research*, 20 (4), 418-430. 28. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, & Berry, L.L. (1985). " A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, " *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50. 29. Parasuraman,A., Zeithaml,V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. 30. Parasuraman,A.,Zeithaml,V.A.,&Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58 (1), 111-124. 31. Peterson, G. L. (1974). Evaluating the quality of the wilderness environment : congruence between perception and aspiration. *Environment and Behavior*, 6 (2) : 169-193. 32. Ruby, C. A. (1996). Assessment of Student Satisfaction with Selected Student Support Services Using the SERVQUAL Model of Customer Satisfaction, Unpublished Doctoral Dissertation, OH: Ohio University. 33. Russell, S.W. (2001). A Framework for Customer Relationship Management, *California Management Review*, 89. 34. Sasser, W. E., Olsen, R., & Wyckoff, D. D. (1978). Management of service operations. MI : Allay and Bacon, New York. 35. Soutar, G..N., Mcneil, M. M., & Lim, K.(1996). Service Quality in Educational Institutions: A foreign student view. *Journal of Marketing for Higher Education*,7(2), 85-94. 36. Sheshunoff, A. (1999). Winning CRM strategies, *Aba Banking Journal*, 54-66. 37. Susan, F. (2002). Book review: Secrets of Customer Relationship Management:It's All about How You Make Them Feel. *Journal of Services Marketing*, 16 (7), 700-703. 38. Teas, R. K. (1993). " Expectations, Performance Evaluation and Consumer ' s Perception of Quality " *Journal of Marketing*, 57 (October),18-34. 39. Tes, D. K., & Wilton, P. C. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension. *Journal of Marketing Research*, 204-212. 40. Zimmerman , C. D. (1985). Key to Service Productivity Quality , *Progress* , 32-35. 41. Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (1996). " Service Marketing " New York: McGraw-Hill.