

消費性金融商品之服務品質與顧客忠誠度之探討

張永昌、謝雅惠

E-mail: 9601156@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，由於消費性金融商品競爭越來越激烈，在各家金融機構紛紛投入搶食市場與低價競爭的結果，造成各家金融商品差異性越來越小。短期交易往來客戶的增加導致越來越低的顧客忠誠度將成為金融機構的隱憂。為了找出消費性金融商品適合的經營方向，本研究使用描述性統計、t檢定、單因子變異數分析與相關分析探討服務品質對顧客忠誠度是否有顯著影響。研究結果發現，在不同性別、職業、以及居住地區等變數對服務品質與顧客忠誠度的差異並不顯著，但在年齡對顧客忠誠度確具有顯著差異。整體服務品質對整體顧客忠誠度有顯著相關性，故顧客忠誠度會受服務品質的影響。

關鍵詞：消費性金融商品，服務品質，顧客忠誠度

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
謝錄.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	xi
第一章 緒論.....	1	1.1 研究背景與動機.....	1	1.2 研究目的.....	1
1.3 研究限制.....	4	1.4 研究範圍與對象.....	5	1.5 研究流程.....	5
第二章 文獻探討.....	7	2.1 消費性金融商品.....	7	2.1.1 消費金融的意義與特色.....	7
2.1.2 消費金融之發展.....	9	2.2 銀行業之獨特性.....	22	2.3 服務業特性.....	23
2.4 服務品質概念性模式.....	24	2.5 服務品質衡量構面.....	29	2.6 SERVQUAL服務品質量表.....	31
2.7 顧客忠誠度.....	34	2.8 銀行業服務品質與顧客忠誠度之相關研究.....	41	第三章 研究方法 3.1 研究架構.....	43
3.2 研究假設.....	44	3.3 操作型定義.....	45	3.4 問卷設計.....	46
3.5 前測.....	49	3.6 資料分析方法.....	50	第四章 資料分析 4.1 信度與效度分析.....	52
4.2 問卷回收與人口統計分析.....	55	4.3 服務品質之敘述統計性分析.....	56	4.4 顧客忠誠度之敘述統計性分析.....	58
4.5 不同人口統計對服務品質分析.....	59	4.6 服務品質與顧客忠誠度分析.....	61	4.7 不同人口統計對顧客忠誠度分析.....	64
4.8 資料分析結果.....	66	第五章 結論與建議 5.1 結論.....	68	5.2 建議.....	70
參考文獻.....	72	一、中文文獻.....	72	二、英文文獻.....	76
附錄.....	78				

參考文獻

- 1.王文科、王智弘(2004)。教育研究法(增訂八版)。台北:五南圖書出版股份有限公司。
- 2.王精文、沙俊豪(民89)，綜合證券商服務品質與業績績效關係之研究，企業管理學報，第48期，30頁。
- 3.朱欽齡(1999)，「花旗銀行消費金融業務在臺灣成功因素之探索」，臺灣經濟金融月刊，35(5)，頁24-40。
- 4.何貴清(2001)，消費者小額信用貸款之信用風險研究，中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
- 5.林惠玲及陳正倉(2002)，應用統計學，雙葉書廊。
- 6.林叔娥(2003)，顧客滿意度與忠誠度之關聯性研究-以某驗證公司為例，中原大學工業工程學系碩士論文。
- 7.林寶安(2002)，「臺灣消費金融的演變及其社會經濟意義」，臺灣社會學刊，第27期，頁107-162。
- 8.林陽助(1996)，顧客滿意度決定模型與效果之研究 - 台灣自用小客車之實證，台灣大學研究所博士論文。
- 9.周文賢(2002)，行銷管理，智勝文化。
- 10.李永年(民87)，商品品質與服務品質對顧客滿意度及忠誠度之影響 - 以加油站為例，政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 11.吳明隆編著(2003)，SPSS統計應用學習實務，知城數位。
- 12.汪海清、黃景泰、謝維國、楊培宏、王南豪，消費貸款實務，金融人員研究訓練中心，二版，民89年11月。
- 13.何浩文，民營商業銀行策略群組與經營績效之研究，交大管科所碩士論文，民87年6月。
- 14.邱皓政(民91)，量化研究與統計分析，五南出版股份有限公司，二月二版。
- 15.柯宜君(民89)，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，政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 16.施耀薰，銀行業對消費金融市場區隔之研究-以台北市新銀行為例，台大商研所碩士論文，民82年6月。
- 17.張志宏(民91)，量販店業顧客滿意度與顧客忠誠度之研究，淡江大學管理科學系碩士論文。
- 18.張百清編著(1994)，顧客滿意萬歲，商業文化。
- 19.許展雄(民90)，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研究所碩士論文。
- 20.陳智德(民90)，管理顧問業服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度研究，國立成功大學企業管理學系研究所碩士論文。
- 21.陳正男、曾倫崇及張婷玥，「連鎖便利商店服務品質、服務滿意度與加盟意向之關連性研究」，產業金融，第112期。
- 22.黃萬傳、鄭再仁(民88)，臺灣洗選蛋品牌及忠誠度之分析，臺灣銀行季刊，第50卷，第4期，229 - 270頁。
- 23.黃鴻斌(民91)，建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，南華大

學旅遊事業管理研究所碩士論文。 24.黃志文、戴媛坪及蔡志榮，「服務業服務品質滿意度衡量式之應用-以北高大都會區百貨公司為例」，*產業金融*，第110期。 25.黃正炫，2001。銀行消費金融業務的競爭策略-以個案銀行為例，國立台北大學企業管理學系研究所在職專班碩士論文。 26.曾昭琪，1992。金融檢查攸關金融管理成效，*中信通訊*，第183期。 27.曾信欽(2002)，我國商業銀行之競爭力研究，長榮管理研究所碩士論文。 28.楊文麟，消費金融之市場區隔與服務品質缺口之研究，文化企研所碩士論文，民87年6月。 29.葉華容(民90)，顧客關係、服務品質與顧客忠誠度之研究 - 以網路購物為例，東吳大學企業管理學系研究所碩士論文。 30.葉宴伶(民94)，消費者購買行為對顧客滿意度與顧客忠誠度之關連性研究 - 以冷凍調理食品產業為例，中原大學國際貿易學系碩士學位論文。 31.蔡聰泳(2002)，我國民營銀行消費金融員工績效評估之研究，元智大學管理研究所碩士論文。 32.賴秀靜，1999。信合社如何因應消費金融時代之來臨，*信用合作季刊*，第60期，頁61-66。 33.蕭至惠、白純菁(民89)，銀行顧客滿意度分析研究，*企銀季刊*，第24卷，第1期，225-250頁。 34.蕭士斌(民90)，中國大陸互聯網絡消費者行為中介因子與網上商場行銷策略對顧客忠誠研究，國立東華大學大陸研究所碩士論文。 35.顧志遠(民87)，服務業系統設計與作業管理，台北:華泰，初版。

二、英文文獻 1.Bhote, Keki R. (1996), *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty The key to Greater Profitability*, New York: American Management Association, p.31. 2.Bolton, Ruth N. and James H. Drew (1991), A Multistage Model of Customers, Assessments of Service Quality and Value, *Journal of consumer Research*, Vol.17, pp.375-384. 3.Dabholkar, Pratibha A., Dayle I. Thorpe and Joseph O. Rentz. (1998), Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation, *Journal of Travel Research*, Vol.24, pp.3-16. 4.Fisk, Raymond P. Stephen W. Brown, and Mary J. Bitner, (1993), Tracking The Evolution of The Services Marketing Literature, *Journal of Retailing*, Vol.69, pp.61-103. 5.Fornell, C. (1992), National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, Vol.55, January 1992, pp.1-22. 6.Gronroos, Christian (1984) Service Quality Model and Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, Vol.18, pp.37-45. 7.Gummesson (1994), Evert service Management: An Evaluation and TheFuture, *International Journal of Service Industry and Management*, Vol.5, pp.77-96. 8.Haywood-Farmer, John (1988), Conceptual Model of Service Quality, *International Journal of Operations and Production Management*, Vol.8, pp.19-29. 9.Kotler, Philip (1991) *Marketing Management*, 7th, Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc. 10.Lethinen, Uolevi and Jarmo R.Lethinen, Wo. (1991), Approaches to Service Quality Dimensions, *Service Industries Journal*, Vol.11, pp. 287-303. 11.Martin, W.B. (1986), Efining What Quality Service Is For you? *Cornell Hotel And Administration Quarterly*, February 1986, pp. 32-38. 12.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L.L (1991), Efinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, Vol.67, pp. 420-450. 13.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L.L. (1985), Quality Counts in Service, Too? *Business Horizons*, Vol.28, pp.44-53. 14.Regan, W.J. (1963), The Service Revolution, *Journal of Marketing*, Vol.27, p p.57-62. 15.Rosander, A.C. (1982), Service Industry QC Is the Challenge Being Me? *Quality Progress*, pp.34-35. 16.Sasser, W. E., R. P.Olsen, Jr., and D. D. Wyckoff. (1978), *Management of Srvce Operations, Text and Cases*, Boston: Allyn and Bacon, pp.33-54. 17.Zeithaml V.A., & Bitner M.J. (1996), *Services Marketing*. New York, NY: The Mc Graw-Hill Companies, Inc.