

The Relationship between Service Quality and Customer Loyalty of Consumer Financial Product

張永昌、謝雅惠

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

ABSTRACT

Recently, due to the competition of consuming finance commodity has more intense, the result of each financial institution has put in to scrape the finance commodity market, and compete with lower price would lead to the smaller difference among the finance commodity. The customer 's raise of short-term business relation would bring the lower customer loyalty, this problem will become the financial institution 's secret worry. In order to find the fit develop way, this study used the descriptive statistics, t-Test, one-way anova and correlation analyze to discuss the significant difference between service quality and customer loyalty. As the result shown, the different gender, career and residence have no significant differences between service quality and customer loyalty. However, there is a significant difference among age and customer loyalty. All service quality has significantly correlated with customer loyalty. Therefore, the customer loyalty will be influence by the service quality.

Keywords : consumer loan products, service quality, customer loyalty

Table of Contents

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

REFERENCES

- 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.林淑娥(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.