

Research on the Influence of Telephone Maintenance Service Quality on Customers' Level of Importance and Satisfaction..

鍾德明、余豐榮

E-mail: 9602319@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

“ Military communication allows the troops to see and hear ” . Without military communication, in worse situations, the internal and external works of the whole troop will be seriously affected. In better situations, the troop will face the inconvenience; in the worst situations, the normal operation of the troop will be influenced or even the national security will be considerably jeopardized. The main purpose of this research is to explore “ the factors of telephone maintenance service quality affecting the customers' level of importance and satisfaction ” and we expect to upgrade the service quality through the improvement of the said factors to increase the customers' satisfaction. Based on literature review and according to the characteristics of work environments of the units, the researcher generalized the five dimensions of service quality as the following: tangible aspect, competence aspect, promptness aspect, precision aspect and manner aspect for questionnaire design. After collecting data by questionnaire survey, the researcher used SPSS as statistical analysis for understanding the employees' recognition in terms of the service quality aspects which should be improved. Research finding: among the dimensions of maintenance service quality, the employees' satisfaction reveals the highest degree in competence aspect; the employees' satisfaction reveals the lowest degree in tangible aspect; the employees treat competence aspect as the one with the most important degree and they treat manner aspect as the one with the most unimportant degree.

Keywords : service, service quality, satisfaction, level of importance

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.....	v	誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	ix	表目錄.....	x	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 研究架構.....	3	第四節 研究步驟.....	5	第五節 研究範圍與限制.....	6	第二章 文獻探討.....	7	第一節 服務品質.....	7	第二節 服務品質的構面.....	19	第三節 構面設計與方法實施.....	20	第四節 重要度與滿意度品質屬性貢獻模式.....	22	第三章 研究設計與方法實施 第一節 研究假設.....	27	第二節 研究對象.....	27	第三節 研究工具.....	28	第四節 資料統計與分析方法.....	29	第四章 實證研究分析結果 第一節 回收問卷與樣本描述.....	32	第二節 相關資料統計分析.....	35	第三節 各類別之分析.....	38	第五章 研究結果與結論 第一節 研究結果.....	70	第二節 研究結論.....	71
----------------------	-----	-----------	----	-----------	---	---------	----	---------	-----	----------	----	----------	---	-------------------------	---	---------------	---	---------------	---	---------------	---	------------------	---	---------------	---	---------------	---	------------------	----	--------------------	----	--------------------------	----	-----------------------------	----	---------------	----	---------------	----	--------------------	----	---------------------------------	----	-------------------	----	-----------------	----	---------------------------	----	---------------	----

REFERENCES

- 1.王美秀(民89), 品質屬性衡量之整合模式, 中原大學工業工程研究所碩士論文, 中壢, 頁2-4.
- 2.林陽助(民85), 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, 國立台灣大學商學研究所博士論文, 台北, 頁79-80.
- 3.邱莉莉(民92), 停車場整體服務品質研究-以台南市公十一停車場為例, 長榮大學經營管理研究所碩士論文, 台南, 頁64-70.
- 4.杉本辰夫著(民75), 事業營業服務的品質管制, 盧淵源譯中興管理顧問公司, 台北, 頁101.
- 5.持本志行(民84), 顧客滿意戰略與運用, 陳鍾文編譯, 台北, 頁58.
- 6.洪順慶(民90), 行銷管理, 新陸書局, 台北, 頁33-40.
- 7.航空研究所(民88), 60週年紀念特刊, 飛燕印刷有限公司, 台中, 頁84.
- 8.第七屆全國團結圈活動競賽, 直屬推行支會優秀圈選拔發表會, 發表專輯(民83), 經濟部工業局, 台北, 頁285-289.
- 9.張徽南(民88), 本國與外籍勞工勞動生產力之影響研究-以橡膠加工為例, 大葉大學工業工程研究所碩士論文, 彰化, 頁54-56.
- 10.陳俊成(民90), 以實驗法探討網路互動對關係品質之影響 顧客關係管理觀點, 屏東科技大學工業管理系碩士論文, 屏東, 頁45.
- 11.楊世瑩(民94), SPSS統計分析實務, 旗標書局, 台北, 頁1-2、頁14-2.
- 12.楊幼蘭譯(民83), Michael Hammer & James Champy 著, 改造企業-再生的藍本, 牛頓時代叢書, 台北, 頁4-5.
- 13.楊錦洲(民86), 品質是競爭的最佳策略, 華宇企管顧問股份有限公司, 台北, 頁22-27.
- 14.蔡政哲(民85), 非營利機構的服務品質之研究-以高雄市立美術館義工運用為例, 國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文, 高雄, 頁26-30.
- 15.榮泰生(民95) SPSS與研究方法, 五南書局, 台北, 頁342.
- 16.鄭玉惠(民89), 內部服務品質因子之研究 - 以護理人員為例, 國立中山大學企業管理學系研究所博士論文, 高雄, 頁11.
- 17.簡任群(民90), 從服務品質、關係品質、關係價值探討顧客忠誠度-以行動電信

業之消費者為例，真理大學管理科學研究所碩士論文，台北，頁4-11。 18.戴久永(民90)，全面品質經營，中華民國品質學會發行，三民書局，台北，頁1-4。 19.羅傳英(民94)，員工的服務品質對顧客之影響研究 - 以航太工業為例，逢甲大學經營管理學系碩士論文，台中，頁27-29、頁35-37。

二、英文部份

- 1.Anderson, E. W. and Sullivan M. W. (1993) The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for firms, *Marketing Science*,12 (2) , 125-143.
- 2.Churchill,G.A.and Suprenant C. (1982) An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction *Journal of Marketing Research*,19 (1) , 491-504.
- 3.Crosby,L.A.、 K.R.Evans and Cowles D. (1990)Relationship Quality in Services Selling *Journal of Marketing*, 54 (7) , 68-81.
- 4.Davis,T. R. (1992) Satisfying Internal Customer:The Link to External Customer Satisfaction. *Planning Review*,20 (1) ,34-37.
- 5.Garrin,D.A. (July-August,1983) Quality on the Line,*Harvard Business Review*, 61,65-73.
- 6.Heskett,J.L,Sasser,W,&Hart,c.w.l.(1990).*Service Breakthroughs*,New York :The Fress Press. 42-47.
- 7.King,C.A(1985),Service Quality Assurance is Different, *Quality Progress*. 33-39.
- 8.Kotler. Philip,(2000),*Marketing Management*. 10th Edition Prentice Hall Press, Inc. 18-23.
- 9.Parasuraman,A,Zeithaml,V.A, & Berry,LL (1985) A Conceptual Model of Service Quality and its Lmplication for Future Research, *Journal of Marketing*, 49,41-50.
- 10.Parasuraman,A,,Zeithaml,V. A, & Berry, L. L. (1988) SERVQUAL:A.Multiple Consumer Perceptions of Service Quality,*Journal of Retailing*,64(1), 12-40.
- 11.Parasuraman,A.,Zeithaml,V. A, & Berry, L. L.(1991) Refinement and Reassess of the SERVQUAL Scale,*Journal of Retailing*,67(4), 420-450.
- 12.Zeithaml, Valarie A.(1988)Consumer Perceptions of Price, Quality and Value :A Means-End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, Vo1.52,(7), 2-22.
- 13.Zeithaml,Valarie A.Leonard L.Berry,and A Parasuraman. (1996)The Behavioral Consequences of Service Quality, *Journal of Marketing*, Vo1.60,(4), 31-46.