

The Causal Relation between Innovative Service and Customer Satisfaction : An Empirical Study

魏福昭、魏文欽

E-mail: 9607767@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Globalization, internationalization, digitization have already been industry's development trend; the industrial structure of our country relies mainly on innovation service industry that science and technology drive. Nowadays, the service industry has grown fast constantly, and only the innovation improvement which drives products, service procedure or whole value of operation can make the enhancement, and seek the customer's specific value, to let customers keep fidelity in brand forever. The development of information science and technology makes the enterprises can offer the service rapidly and products value can reach or surmount the customer's expectation, create value for customer, keep the old customer, attract potential and new customer group. Under satisfaction with the demand that customers are increasing day by day; creative service, customer's satisfaction and loyalty have become the new most essential economic activity for enterprises to maintain important way and operations objective developed continuously. This research is objected to the customer that go back to the former factory to maintain Toyota Motor in middle part of area with a total of 302 questionnaires retrieved, the analytical method of the materials adopts statistical analysis, reliability analysis, effective analysis, factor analysis and LISREL linear structural analysis to verify the assumption of this research. This result of study shows mainly: It is influenced that the creative service, satisfaction to customer and loyalty of service quality are apparent; Efficient creation and integration into customer's demand, development of the innovative concept and carry out with the quality of serving.

Keywords : innovation service ; service quality ; customer satisfaction ; customer loyalty

Table of Contents

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	
vii 表目錄		ix 圖目錄	
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景動機	1
1 第二節 研究目的	2	第三節 研究步驟與流程	2
3 第四節 研究範圍及限制	3	第二章 文獻探討	6
6 第一節 創新服務的理論	6	第二節 服務品質的理論	14
14 第三節 顧客滿意理論	29	第四節 顧客忠誠度	39
39 第五節 創新服務、顧客滿意與顧客忠誠度關係間之探討	45	第六節 服務品質、顧客滿意與顧客忠誠度關係間之探討	46
46 第三章 研究方法	54	第一節 研究架構	54
54 第二節 研究變數的操作型定義與衡量問項	55	第二節 研究假設	55
55 第三節 問卷設計	58	第三節 研究變數的操作型定義與衡量問項	55
58 第四節 資料分析方法	61	第四節 問卷設計	58
61 第一節 樣本結構分析	69	第五節 資料分析與討論	69
69 第二節 敘述性統計資料分析	73	第一節 樣本結構分析	69
73 第三節 LISREL模式分析	78	第二節 敘述性統計資料分析	73
78 第四節 結構模式分析	86	第三節 LISREL模式分析	78
86 第五章 結論與建議	89	第四節 結構模式分析	86
89 第一節 研究實證	93	第五章 結論與建議	89
93 第二節 研究結論	91	第一節 研究實證	93
91 第三節 研究限制	94	第二節 研究結論	91
94 第四節 研究建議	94	第三節 研究限制	94
94 參考文獻	94	第四節 研究建議	94
94 附錄 研究問卷	105	參考文獻	94
105		附錄 研究問卷	105

REFERENCES

- 一、中文部份 李城忠、林孟潔(2005), 運動健身俱樂部個人教練專業知能、顧客滿意度與顧客忠誠度之研究, 人文暨社會科學期刊, 1(2)。
何雍慶、蘇雲華(1995), 服務行銷領域顧客意願模式及服務品質模式之比較研究, 輔仁管理評論, 2(2), 37-64。
林正榮(1998), 顧客價值管理 - 新世紀服務品質競爭優勢的利器, 品質管制月刊(4), 23-26。
林正榮(1997), 從『顧客滿意』到『顧客價值管理』, 品質管制

月刊(2), 20-23. 林靈宏(民83)、劉水深、洪順慶, 消費品類型、創新類型與新產品行銷策略關係研究, 管理評論, 13(1), 57-77. 高大剛(2000), 博物館服務品質與顧客滿意之研究 - 以國立自然科學博物館為例, 博物館學季刊, 105-108. 陳建文(2005)、洪嘉蓉, 服務品質、顧客滿意與忠誠度關係之研究 - 以ISP為例, 大葉大學資訊管理學系碩士論文, 電子商務研究 夏季, 3(2), 153-172. 陳得發、王昭雄(2005), 直銷顧客類型、生活型態、顧客滿意度與忠誠度之關係, 長榮大學學報, 9(1), 79-104. 黃勇富、王惠芸、李瑞子、張淑玲、管宴玲(1999), 「科技大學行政滿意度之研究」, 品質管制月刊(11). 楊宗明、周怡君(1997), 顧客滿意度調查—大大鞋業的個案研究, 品質學報, 4(2), 149-163. 楊家彥(2002), 服務業創新與創新服務業, 台灣經濟研究月刊, 25(5), 46-55. 楊錦洲(1993), 「服務品質的探討」, 品質管制月刊, 29(1), 20-26. 廖本盛(1990, May 1), 挑戰國家品質講, 品質管制月刊, 29(5), 25-28. 蔡啟通(2001)、黃國隆、高泉豐, 組織因素、組織成員整體創造性與組織創新之關係, 管理學報, 18(4), 527-566. 簡禎富、林則孟與彭金堂(2000), 服務系統服務品質滿意度之研究—以某大學圖書館為實證研究, 中國工業工程學會期刊, 17(1)1-13. 蕭志同、廖宛瑜、陳建文(2006), 博物館服務品質、認知價值、滿意度、忠誠度關係之研究:以國立自然科學博物館為例, 博物館學季刊, 20(2). 丁敦吟(2005), 以執行面探討顧客體驗管理對顧客經驗價值影響之研究-顧客參與管理之干擾模式分析, 南台科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文. 王天勇(2005), 臺北市議會行政人員服務品質滿意度之研究, 世新大學行政管理學系碩士論文. 呂傳嘉(2002), 網路銀行創新服務對企業客戶關係品質之影響研究, 東吳大學國際貿易學系碩士論文. 余榮輝(1990), 汽車產業競爭策略之研究-以和泰汽車為例, 中山大學管理學院高階經營管理碩士論文. 李永年(1998), 產品品質與服務品質對顧客滿意度及顧客忠誠度之影響 - 以加油站為例, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文. 李昭男(1992), 服務品質及價格對顧客滿意度與忠誠度之影響 - 以國產車原廠汽車服務為例, 大葉大學事業經營研究所碩士論文. 李國樑(民89), 技術策略、技術創新能力與創新管理之關係研究-以台灣生物科技業為例, 長榮管理學院經營管理研究所碩士論文. 吳政謨(2004), 運動健身俱樂部參與行為、服務品質、滿意度與忠誠度之研究-以奔放主題運動館, 台北市立體育學院運動科學研究所碩士論文. 梁雯玟(2001), 顧客導向、服務補償與服務品質之關係研究 - 以國際觀光旅館為例, 國立成功大學企業管理研究所未出版碩士論文. 陳志龍(2005), 服務業組織創新擴散模式之研究, 崑山科技大學企業管理研究所碩士論文. 陳帝宏(1995)汽車貨運業顧客滿意度之研究, 高雄第一科技大學運籌管理系碩士論文. 陳炳宏(1995), 服務業類型與服務品質關係之研究, 文化大學企業管理研究所未出版碩士論文. 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碩士班碩士論文. 許慧娟(1994), 顧客滿意、服務品質與服務價值關係之研究-零售產業之實證, 中原大學企業管理研究所未出版碩士論文. 葉宴伶(2005), 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, 中原大學國際貿易學系碩士學位論文, 16-17. 張之德(民 90), 協力廠商參與產品創新之類型探討 - 台灣工具機業的實證研究, 東海大學工業工程研究所碩士論文. 張芳雅(2005), 技術輔導訪問服務品質及顧客滿意度關聯性之研究 - 以陸軍修護廠為例, 私立元智大學工業管理研究所職專班碩士論文. 游淑卿(1994)顧客關係管理與組織文化對服務品質的影響-以國內銀行為例, 世新大學管理學院資訊管理學系碩士論文. 溫淑戀(2002), 行動電話顧客滿意度與忠誠度關聯之研究 - 以大台北高中(職)生為例, 大同大學事業經營研究所碩士論文. 關山晴(2002), 顧客滿意度與忠誠度之研究-以西式速食業為例, 台灣科技大學管理學系碩士論文. 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, 國立成功大學工管研究所碩士論文. 蘇雲華(1996), 服務品質衡量方法之比較研究, 國立中山大學企業管理研究所博士論文. 顧志遠(1991), 服務系統設計與管理模式之研究-以醫療服務系統驗證, 國立清華大學工業工程研究所博士論文. 吳思華(1998), 知識流通對產業創新的影響, 第七屆產業管理研討會論文集, 政治大學. Zeithaml, A. V. and Bitner, J. M. (民91), 服務行銷(黃鵬飛譯), 台北:華泰. Afuah, A. (民89), 創新管理(徐作聖、邱奕嘉譯), 台北:華泰書局 石川馨(1986), 日本式品質管理(鍾朝嵩譯), 桃園先鋒企業管理發展中心. 杉本辰夫(1986), 事務、營業、服務的品質管制(盧淵源譯), 台北:中興管理顧問. 淺井慶三郎(1989), 服務行銷管理(謝森展譯), 創意力文化事業公司, 39. 陳耀茂(1999), 服務品質管理手冊, 台北:遠流. 衛南陽(2001), 服務競爭優勢 - 探索永續經營的奧秘, 台北:商兆文化. 二、英文部分: Afuah, Allen, (1998). Innovation management: strategies, implementation, and profits. New York Oxford University Press Anderson, E. W. & Sullivan, M. W. (1993), The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms, Marketing Sciences, Vol.12, No.2, pp. 125-143. Bartzzaghi, E., M. Corso, & R. Verganti, (1997), Continuous Improvement and Inter-project Learning in New Product Development, International Journal Technology Management. 14(1), pp.116-135. Betz, F. (1998), Managing Technological Innovation, NY: John Wiley & Sons. Drucker, P.F., (1985) Innovation and entrepreneurship Practice and principles, Heinemann, London,. Fornell, C. (1992), A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, Journal of Marketing, Vol.55, pp.1-21. Gallouj, F., & Weinstein, O., (1997), Innovation in services, Research Policy, 26, 537-556. Gronroos, C., (1988), Service Quality: The Six Criteria of Good Perceived Service Quality, Review Business, 1 (9), pp.10-13. Gallouj, F. (2002), Innovation in Service and the Attendant Old and New Myths, Journal of Socio-Economics, 31, pp.137-154. Gronholdt, L., Martensen, A., & Kristensen, K. (2000). The relationship between customer satisfaction and loyalty: Cross-industry differences. Total Quality Management, 11(5), 509-516. Higgins, J. M. (1995), The Core Competence: Innovation, Planning Review, Vol. 23, No. 6, pp. 32-35 Holt, K. (1988), The Role of the User in Product Innovation, Technovation, Vol. 12, No. 5, pp. 53-56 Hussey, D. E., (1997), The Innovation Challenge, John-Wiley and Sons, pp.216-218. Johnson, S. P., L.J. Menor, A.V. Roth, & R.B. Chase, (2000), Critical Evaluation of New Service Development Process: Integrating Service Innovation and Service Design, Sage Publications, Thousand Oaks, CA,. Kotler. W. J. (2000). Marketing management. Prentice Hall, International Inc. Kotler, Philip (2003), Marketing Management, 11th ed., Prentice-Hall Inc. Lovelock, C. H., (1996), Services Marketing, 3rd ed., New Jersey: Prentice Hall. Oliver, R. L., Rust, R. T. & Varki, S. (1997), Customer Delight: Foundations Findings and Managerial Insight, Journal of Retailing, Vol.73, pp.301-340. Parasuraman, A. & D. Grewal, The Impact of Technology on the Quality-Value-Loyalty Chain: A Research Agenda, Journal of the Academy of Marketing Science, 28, pp.168-174, 2000. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, (1985), A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(Fall): 41-50. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, (1988), Communication and Control Process in the Delivery of

Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(Spring): 35-48. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, (1988), SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, (1991), Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4): 420-450. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry, (1994), Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research, *Journal of Marketing*, 58(1), pp.111-124. Rogers, E. M., (1962) *Diffusion of Innovation*, New York: The Free Press of Glencoe, pp.13. Shostack, G. L., (1985), Designing service that deliver, *Harvard Business Review*, 62(1), pp.133-139. Tushman, N. L. & Nadler, D. A., (1986), Organizing for innovation. *California Management Review*, 28, 74-92. Tax, S. S. & F. I. Stuart, (1997), Designing and Implementing New Services: The Challenges of Integrating Service Systems, *Journal of Retailing*, 73, No.1, pp.105-134. Westbrook, R. A. (1980), A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction, *Journal of Marketing*, pp. 68-72. Woodruff, R. B. (1983), Modeling Consumer Satisfaction Process Using Experience Based Norms, *Journal of Marketing*, Vol.10, Aug., pp. 296-304. Zeithaml, V. & M. J. Bitner, (2000) *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 2nd ed. McGraw-Hill Press.