

服務品質與顧客滿意：知覺風險之中介效應及類別經驗之干擾效應

郭雪惠、蔡翠旭；陳木榮

E-mail: 9608320@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究透過層級回歸方式探討台灣本島醫療機構服務品質、顧客滿意、知覺風險及類別經驗之因果及交互關係。本研究經由人工發放問卷方式，請就診完畢之病患填寫問卷。17家醫療機構，共計發放了1000份問卷。總共回收706份，去除無效問卷199份，有效問卷共507份%。本研究發現，服務品質與顧客滿意具有正相關；知覺風險與服務品質及顧客滿意具有部分中界關係；而類別經驗對於服務品質與顧客滿意之干擾關係則獲得支持。

關鍵詞：服務品質；顧客滿意；知覺風險；類別經驗；中介；干擾

目錄

| | | | |
|----------------------------|-----|--------------------------|-----|
| 中文摘要 | iii | 英文摘要 | iii |
| iv 誌謝辭 | | v 內容目錄 | |
| vi 表目錄 | | viii 圖目錄 | |
| ix 第一章 緒論 | 1 | 第一節 研究背景與動機 | 1 |
| 1 第二節 研究問題 | 2 | 第三節 研究範圍 | 2 |
| 2 第二章 文獻探討 | 3 | 第一節 服務品質與顧客滿意度之關係 | 3 |
| 3 第二節 知覺風險對服務品質與顧客滿意度之中介效果 | 6 | 第二節 類別經驗對服務品質與顧客滿意度之干擾效果 | 8 |
| 3 第三節 類別經驗對服務品質與顧客滿意度之干擾效果 | 8 | 第三章 研究方法 | 10 |
| 10 第一節 研究架構 | 10 | 第一節 研究變數之操作性定義 | 10 |
| 10 第二節 研究變數之操作性定義 | 10 | 第三節 抽樣與問卷發放 | 16 |
| 16 第四節 資料分析方法 | 16 | 第四章 研究結果與分析 | 18 |
| 18 第一節 問卷發放與回收情形 | 18 | 第一節 問卷發放與回收情形 | 18 |
| 19 第二節 樣本結構分析 | 19 | 第二節 樣本結構分析 | 19 |
| 22 第三節 信度及效度 | 22 | 第三節 信度及效度 | 22 |
| 23 第四節 假說驗證 | 23 | 第四節 假說驗證 | 23 |
| 30 第五章 結論與建議 | 30 | 第一節 研究結論與建議 | 30 |
| 30 第一節 研究結論與建議 | 30 | 第二節 研究結論與建議 | 30 |
| 33 參考文獻 | 33 | 參考文獻 | 33 |

參考文獻

邱奕勳(2006)，服務業顧客知覺風險與信任之前因與結果之研究—牙醫業為例，國立東華大學企業管理系未出版之碩士論文。 陳秀珠(2002)，醫療服務品質與病患滿意度非線性關係的探討與應用，國立臺灣大學未出版之博士論文。 李奇勳(2004)，價格、保證及來源國形象對產品評價與購買意願的影響，管理學報，21(1)，21-46。 陳仁惠，鄭仲興，方世杰(2005)，門診醫療服務品質與病患滿意度對於關係導向行為之影響，醫護科技學刊，7(2)，187-202。 余泰魁，丁秋瑤，蘇純縉(2006)，醫療服務品質評量模式：以雲林縣衛生所為例，公共行政學報，19，55-89。 廖士程，李明濱，謝博生，李源德(2005)，醫療關係與醫療滿意度之全國性普查，醫學教育，9(2)，149-161。 蘇子忻，何雍慶(2006)，醫療消費體驗量表之初探，顧客滿意學刊，2(1)，55-76。 吳肖琪，吳義勇，朱慧凡，林嘉彥，李鐘祥，張錦文，藍忠孚(2002)，我國醫院醫療品質指標使用之情形，醫療品質雜誌，2(2)，1-14。 林家弘(2004)，服務品質、顧客滿意度及行為意圖間關係之研究 - 以台北牙醫診所為例，大同大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 蔡相君(2005)，醫療品質與知覺價格及病患滿意度對再診意願影響之研究 - 以兩岸整形美容患者為例，大葉大學國際企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。 張瑩慧(2005)，門診病患就醫行為相關因素之探討，中臺醫護技術學院醫護管理研究所未出版之碩士論文。 劉洪(2005)，論顧客滿意度的指標及提高顧客滿意的途徑，全國貿易經濟類核心期刊 - 商場現代化，451，189。 關復勇，吳美貞(2006)，網路零售品牌消費經驗之研究-跨國性台日比較，電子商務學報，8(1)，25-44。 謝淑芬(2000)，消費者之旅遊知識、經驗對旅遊風險知覺程度影響之研究，觀光研究學報，6(2)，67-89。 林素吟(2005)，服務品質、滿意度與購買意圖關係之研究：層級干擾迴歸分析之應用，管理評論，24(1)，1-17。 楊仁忠(2006)，醫院形象、醫療知覺風險與病患忠誠度之關係探討—以婦產科為例，南台科技大學國際企業管理學系未出版之碩士論文。 吳彤(2001)，消費者購買決策過程中遺憾的前因、干擾與後果之模型探討，國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 戴麗紅(2006)，運用結構方程模式探討品牌權益、服務品質、關係品質、知覺風險與顧客忠誠度之關係—以台灣證券業為例，國立東華大學企業管理學系在職專班未出版之碩士論文。 郭德寶(2000)，醫療服務業顧客滿意與競爭策略之研究，產業管理學報，1(2)，231-256。 徐達光(2006)，消費者心理學 - 消費者行為的科學研究，台北：東華書局，525。 金聖輝(1992)，服務的知覺風險與資訊蒐尋策略間關係之研究，中原大學企業管理研究所

未出版之碩士論文。張宏生(2004), 台灣銀行業善因行銷、外部線索對服務品質、知覺風險與知覺價值影響關係之研究, *Chaio Da Management Review*, 24(2), 231-256。二、英文部份 Bauer, Raymond A. (1968). Consumer Behavior as Risk Taking. In R. S. Hancock (Ed), *Dynamic marketing for a changing world* (pp 389-398). Chicago: American Marketing Associate. Berry (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Bettman, J. R. (1972). Perceived Risk: A measurement methodology and preliminary findings. In M. Venkatesan (Ed.), *Proceedings of the Third Annual Convention of the Association for Consumer Research* (pp. 394-403). Boulding, W. A., Kalra, R. S., & Zeithaml, V. A. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectation To Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27. Clow, K. E., Baack, D., & Fogliasso, C. (1998). Reducing Perceived risk through advertizing service quality cues. *Journal of professional Services Marketing*, 16(2), 151-162. Donabedian, A. (1980). *Explorations in quality assessment and monitoring* (Vol. 1). Michigan: Health Administrarion. Heitmann, Mark, Donald, R., Lehmann, & Andreas, Herrmann (2007) Choice Goal Attainment and Decision and Consumption Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 44(2), 234-250. Howard, J., & Sheth, J. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. NY: John Wiley. Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The components of perceived risk. In Venkatesan, M. (Ed.), *Proceedings of 3rd Annual Conference* (pp. 382-393), Chicago: Association for Consumer Research. Johnson, Mark, S., Ellen, Garbarino, & Eugene, Sivadas (2005). Influences of customer differences of loyalty, perceived risk and category experience on customer satisfaction ratings. *International Journal of Market Research*, 48(5), 601-622. Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469. 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. Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing*. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67. Victoria, Bellou, & Thanopoulos, John (2006). Service Quality: Enhancing Service Quality in a Hospotal Setting. *Review of Business*, 27(1), 26-32.