

# Service Quality and Customer Satisfaction: The Mediation Effects of Perceived Risk and Moderation Effect of Category Exp

郭雪惠、蔡翠旭；陳木榮

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

## ABSTRACT

Research this return to through level way probe into Taiwan this island medical organization serve quality, customer satisfied, consciousness risk and cause and effect and mutual relation, classification of experience. This research is via granting the questionnaire way artificially, the patient who please finish going to a doctor fills in the questionnaire. 17 medical organizations, have granted 1000 questionnaires altogether. Retrieve 706 shares altogether, getting rid of 199 invalid questionnaires, effective questionnaire amounts to 50.7 %. Originally discover, serving quality and customer has positive correlation satisfiedly; Consciousness risk and service quality and customer have circle relation in the part satisfiedly; Classification experience is stood in serving quality and customer's satisfactory interference relation.

Keywords : service quality ; customer satisfaction ; perceived risk ; category experience ; mediation effects ; moderation effect

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	viii	圖目錄	viii
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 抽樣與問卷發放	16	第二節 資料分析方法	16
16 第三節 問卷發放與回收情形	18	第四章 研究結果與分析	18
18 第四節 信度及效度	22	第一節 問卷發放與回收情形	18
22 第五節 假說驗證	23	第二節 樣本結構分析	19
23 第五章 結論與建議	30	第三節 信度及效度	22
30 第一節 研究結論與建議	30	30 參考文獻	33
30 第二節 研究結論與建議	33		

## REFERENCES

- 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(2500)，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，*Chiao 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 adverting 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 Administarion. 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 Hospital Setting. *Review of Business*, 27(1), 26-32.