

# 顧客抱怨、服務補救、服務補救不一致、補救後滿意度與顧客後續行為之關聯性研究： 以日系航空公司客服中心為例

臧憶蘭、賴文魁

E-mail: 9707162@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

日系航空公司向來以良好的服務品質著稱，故本研究主要目的是探討日系航空公司與其他航空公司在顧客抱怨、服務補救期望、服務補救績效、服務補救不一致、補救後滿意度與顧客後續行為間之差異與關係。本研究是以採用問卷調查法，共發出293份問卷，扣除無效問卷12份，總計回收有效問卷281份，有效樣本率為93.6%。本研究採用SPSS、AMOS等作業軟體作為統計分析工具，針對樣本資料做了如下的分析方法：信度、效度檢定、敘述性統計、獨立樣本t檢定、單因子變異數分析、AMOS路徑分析。經實證研究結果發現如下：顧客抱怨對服務補救期望呈現顯著正向影響；然而對服務補救績效卻沒有呈現顯著影響；服務補救期望對服務補救不一致呈現顯著負向影響；然而對服務補救滿意度則呈現顯著正向影響；服務補救績效對服務補救不一致、服務補救滿意度均呈現顯著正向影響；服務補救不一致對服務補救滿意度呈現顯著正向影響，而服務補救滿意度對於顧客後續行為呈現顯著正向影響。

關鍵詞：顧客抱怨、服務補救期望、服務補救不一致、補救後滿意度、顧客後續行為

## 目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		vi 內容目錄	vi
vii 表目錄		ix 圖目錄	ix
xi 第一章 緒論		1 第一節 研究背景與動機	1
2 第二節 研究問題與目的		2 第三節 研究流程	3
6 第一節 顧客抱怨行為之相關文獻探討		6 第二節 服務補救之相關文獻探討	15
15 第三節 服務補救不一致、補救後滿意度之相關文獻探討			20
29 第四節 顧客後續行為之相關文獻探討		29 第三章 研究方法與架構	34
34 第一節 研究架構		34 第二節 研究之假說	35
38 變數之操作性定義與衡量方式		38 第四節 研究設計	42
45 方法		45 第五節 研究對象與抽樣方法	47
58 第一節 變數項目分析		58 第二節 變異數分析	61
61 第三節 相關分析		67 第四節 迴歸分析	69
69 第五節 卡方檢定		77 第六節 結構方程模式分析	79
79 第五章 結論與建議		97 第一節 研究結論	97
97 第二節 研究建議		104 第三節 研究限制	105
105 參考文獻		107 附錄	120

## 參考文獻

一、中文部分 吳明隆、涂金堂(2007)，SPSS與統計應用分析(修訂版):台北，五南，855-956。宋玉麒(1999)，航空公司旅客抱怨行為之研究，私立中國文化大學觀光事業研究所未出版之碩士論文。李志中(2002)，臺灣離島航線航空服務品質之研究，國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。李佳玲(2004)，國內航空服務疏失與服務補救對旅客滿意度影響之分析，私立世新大學觀光學研究所未出版之碩士論文。李宜玲(2000)，顧客抱怨強度與服務復原策略關係之研究，私立中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。李明德、曾俊欽(2003)，科技客服—客服中心的系統建置，培生教育出版集團。李家悅(2003)，航空公司服務品質與公司形象之研究，私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。李慈慧(2003)，旅遊消費者抱怨行為之研究，私立朝陽科技大學，休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。李錦雲(2003)，服務補救時間延遲對服務補救滿意度之研究-以航空業為例，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。林長壽(2001)，顧客抱怨及抱怨補救行為之研究-五星級銀髮族高級住宅行為之實證調查，私立淡江大學管理科學學系研究所未出版之碩士論文。林冠奇(2005)，航空公司客服中心服務品質與顧客滿意度之研究，國立成功大學交通管理科學研究所未出版之碩士論文。林建煌(2002)，消費者行為:台北，華泰。施柏均(2000)，服務失誤、服務補救、顧客滿意與購買意願之探討—以北部地區行動電話

服務業為例，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。張紹勳(2000)，研究方法:台中，滄海書局。郭崑謨、闕河士(1990)，顧客抱怨行為及其影響因素之研究，管理評論，155-173。陳志遠、藍政偉(2000)，消費者抱怨行為、抱怨處理方式及其抱怨處理後行為之研究，台北大學企業管理學報，48，139-172。陳佳美(2003)，從關係行銷觀點，探討信任、承諾、服務失誤與顧客抱怨行為之關係-以連鎖藥局為例，私立逢甲大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳威縉(1996)，我國旅客對主要國際航空公司之客運服務品質的滿意度與顧客忠誠度關係之研究，國立台灣大學國際貿易研究所未出版之碩士論文。陳鈺達(2002)，企業形象、服務補救期望與補救後滿意度關係之研究，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。陳曉天(2001)，服務補救、公平認知與顧客態度關係之研究-以航空業為例，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。彭彥群(2004)，從顧客特性探討服務補救期望-以餐飲業和航空業為例，私立逢甲大學企業管理研究所未出版之碩士論文。曾志民(1997)，消費者抱怨行為影響因素之研究，國立台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。華英傑(1996)，服務品質顧客滿意度與購買傾向關係之研究-保險業之實證，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃文翰(2002)，服務補救不一致、服務補救後滿意度與消費者後續行為意圖之關係研究，國立東華大學觀光暨遊憩管理研究所未出版之碩士論文。塗文泉(2004)，航空公司服務品質與顧客滿意度之研究-以中華航空與長榮航空為例，國立台北大學企業管理研究所未出版之碩士論文。葉書芳(2002)，服務品質、關係品質以及服務補救與顧客行為意向關係之實證研究-國內航空業為例，國立成功大學工業管理研究所未出版碩士論文。詹景祺(2001)，我國內線航空公司旅客滿意度與忠誠度之關係研究，國立海洋大學航運管理研究所未出版之碩士論文。廖銓佑(2006)，涉入程度、服務失誤、補救不一致與顧客終身價值影響關係之研究，國立臺北商業技術學院商學研究所未出版之碩士論文。鄭敏媛(2004)，金融業客服中心服務功能品質對顧客服務認知價值與行為意向之影響研究，國立東華大學國際企業研究所未出版之碩士論文。鄭紹成(1997)，服務業服務失誤、挽回服務與各課反應之研究，私立中國文化大學企業管理研究所未出版之博士論文。鄭紹成(1998)，服務失誤類型之探索性研究-零售服務業顧客觀點，管理評論，17(2)，25-43。鄭紹成(2002)，服務補救滿意構面之探索性研究，管理評論，21(3)。蕭君華(2001)，消費者抱怨反應方式及其影響因素之研究，萬能商學學報，6，197-216。賴其勳(1997)，消費者抱怨行為、抱怨後行為及其影響因素之研究，國立台灣大學商學研究所未出版之博士論文。謝安田(1998)，企業研究方法論(再版):台北，著者發行。謝作明(2001)，服務補救、服務價值、抱怨處理後滿意度與關係行銷之研究，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。藍政偉(1998)，消費者抱怨行為、抱怨處理方式及其抱怨處理後行為之研究，國立雲林科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。闕河士(1989)，消費者抱怨行為及其影響因素，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分 Andreassen, T. W. (1998). Antecedents to satisfaction with service recovery. *European Journal of Marketing*, 34(1), 156-175. Anton, J. (1997), "Call Center Management by the Numbers," Purdue University Press, West Lafayette, IN. Anton, J. (2000), "The past, present, and future of customer access centers", *International Journal of Service Management*, 11, p.120-130. Becker, Wendy S. & Richard S. Wellins, (1990). Customer-Service Perceptions and Reality, T + D. Alexandria: Mar Vol.44, (Iss.3), pp.49-51. Bejou, David and A. Palmer (1998), "Service failure and loyalty: an exploratory empirical study of airline customers," *Journal of Services Marketing*, Vol.12 (No.1), pp.11-15. Berry, L. (1994). *On great service*. New York: The Free Press. Berry, L. L. & Parasuraman A., (1991) marketing services-competing through quality, New York: The Free Press. Bitner, M. J., (1990), "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, Vol.54, pp.69-82. Bitner, M. J., Booms Bernard H. B. and Tretreault Mary Stanfield (1990), "The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents," *Journal of Marketing*, Vol.54, pp.71-84, January. Bitner, M. J., Boos B. H. & Mohr L.A. (1994). "Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint." *Journal of Marketing*, Vol.58(October), pp.95-106. Blodgett, Jeffery G., Hill Donna J. and Tax Stephen S. (1997), "The Effects of Distributive, Procedural, and Interactional Justice on Post complaint Behavior," *Journal of Retailing*, 73(2), 185-210. Blodgett, K.L., Wakefield & Barnes, J. H. (1995), "The Effects of Customer Service on Consumer Complaint Behavior," *Journal of Service Marketing*, 9(4), 31-42. Boshoff, C. (1997), "an experimental study of service recovery options," *International Journal of Service Industry Management*, vol.8, no.2, pp.110-130. Boshoff, C. (1999), "RECOVSAT: an instrument to measure satisfaction with transaction-specific service recovery," *Journal of Service Research*, vol. 1, no.3, pp.236-249. Brown, S. W. (1997). Service recovery through IT: Complaint handling will differentiate firms in the future. *Marketing Management*, 6(3), 25-27. Brown, S. W., 2000. Practicing Best-in-Class Service Recovery, *Marketing Management*, 9(2): 8-9. Brown, S. W., 2000. Practicing Best-in-Class Service Recovery, *Marketing Management*, 9(2): 8-9. Cardozo, R. N. (1965). An Experimental Study of Consumer Effect, Expectation and Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(Aug), 491-504. Carmel, S., (1990), "Patient Complaint Strategies in a General Hospital", *Hospital and Health Service Administration*, Vol.35, No.2, pp.277-288, Summer. Christo, B., (1997), "An Experimental Study of Service Recovery Options", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.8, pp110-130. Comes to service. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111. Cronin, J.J., and Taylor, S.A. (1992), "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol.56, July, pp55-68. Dasu and Rao (1999), "Nature and Determinants of Customer Expectations of Service Recovery in Health Care," *Quality Management in Health Care*, Vol.7(4), p.32-50. Day, R. L. and Landon, E. L., (1977), "Collecting Comprehensive Consumer Complaining Data by Survey Research," *Advances in Consumer Research*, Vol.3, p.263-269. Etzel, M. J., & Silverman, B. I. (1988). A managerial perspective on directions for retail customer dissatisfaction research. *Journal of Retailing*, 57(3), 124-136. Feinberg, R.A., Trotter, M., and Anton, J. (2000a), "Anytime, anywhere, anyhow", in Anderson Consulting (Ed.), *Defying the Limits*, Montgomery Research, San Francisco, 76CA, p.297-303. Fisk, R. P., Brown, S. W., & Bitner, M. J. (1993). Tracking the evolution of the service marketing literature. *Journal of Retailing*, 69(1), 61-103. Folkes, V. S. (1984), "Recent Attribution Research in Consumer Behavior: A Review and New Directions," *Journal of Consumer Research*, Mar, pp.548-565. Gilly, M. C. (1987). Post complaint processes: From organizational-response to repurchase behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 21(2), 293-313. Goodman, J. (1989). "The nature of customer satisfaction," *Quality Gronroos*, C. (1988), "Service Quality: The Six Criteria of Good perceived

Service Quality, " *Review of Business*,9(winter),10-13. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. 1998. *Multivariate data analysis*. N.Y.: Macmillan. Hart, Christopher W.L., James L. Heskett and W. Earl Sasser Jr.(1990), " The Profitable Art of Service Recovery, " *Harvard Business Review*,68(July/August),148-56. Hirschman, Albert O. (1970),*Exit, Voice and Loyalty*. Cambridge, MA, Harvard University Press.

Howard, J. A., and Sheth, J. N. (1969), " The Theory of Buyer Behavior, " New York:John Wiley. Howard,J.A.and Sheth ,J.N.(1969),*The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley. Kelley, S. W. (1992). Developing customer orientation among ser-viceemployees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1),27-36. Kelley, S. W., Hoffman K. D., & Davis M. A.(1993), " a typology of retail failures and recoveries, " *Journal of Retailing*, vol. 69,no.4,pp.429-452. McCollough, M.A., & Bharadwaj, S.G.(1992), " the recovery paradox: An examination of consumer satisfaction in relation to discon-firmation, service quality, and attribution-based theories, " *Marketing Theory & Application*, vol.65, no. 4, pp.102-107. McCollough, M.A., Berry, L. L. & Yadav, M.S.(2000), " an empirical investigation of consumer satisfaction after service failure & recovery, " *Journal of Service Research*, vol.3, no. 2, pp.121-137. Montfort, K. V.,Masurel E.& Riji I. V.(2000), " service satisfaction: an empirical analysis of consumer satisfaction in financial ser-vices, " *The Service Industries Journal*, vol.20,no.3,pp.80-94. Nunnally, J. C.(1978). *Psychometric Theory*(2nd ed.). New York:McGraw-Hill. Oliver, R. L. and Swan, J. E.(1989), " Consumer Perceptions of Inter-personal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Sur-vey Approach, " *Journal of Marketing*, Vol.53, (April), p.21-35. Oliver, R. L.(1981), " measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings, " *Journal of Retailing*, vol.57,no.8, pp.25-48. Oliver, R. L.(1997), *satisfaction: a behavioral perspective of the con-sumer*, New York: McGraw-Hill. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L.(1988), " SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality, " *Journal of Retailing*, Vol.64(1), p.p.12-40. Power, C. (1992, August 21). Smart selling: How companies are win-ning over today ' s tougher customer. *Business Week*, 8(3), 46. Progress, 37-40. Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality Richins, M. L. (1987), " Loyalty-based management. *Harvard Busi-ness Revies*, 71(2), 64-73. Richins, Marsha L. (1983) , " Negative Word-of-Mouth by Dissatis-fied Consumers: A Pilot Study, " *Journal of Marketing*, 47(Winter). Rossello,B.(1997) " Customer Service Superstars, " *ABA Banking Journal*, Volume 89, number 10, pp.96-104. Schumann, D.M., Jan, H.H., & Susan. W.(1991).*Corporate advertis-ing in America: A review of publish studies on use, measure-ment, and effectiveness*. *Journal of Advertisinf*, 4(9),35-56. Shoemaker, S. & Lewis, R. C.(1999), " consumer loyalty: the future of hospitality marketing, " *Hospitality Management*, vol. 18, pp.345-370. Singh J.,(1989), " Determinants of Consumers ' s Decisions to Seek Third Party Redress: An Empirical Study of Dissatisfied Pa-tients " , *The Journal of Consumer Affairs*,Vol.23,pp.329-363. Singh, J. & Shefali , P. (1991), " Exploring the Effect of Consum-ers ' Dissatisfaction Level on Complaint Behaviors, " *European Journal of Marketing*, Vol.25.No9, 7-21. Singh, J., Widing, R.E.(1991), " What Occurs Once Consumers Com-plain? A Theoretical Model for Understanding Satisfac-tion/Dissatisfaction Outcomes of Complaint Responses, " *Euro-pean Journal of Marketing*, Vol. 25, Iss. 5, p. 30. Singh, Jagdip & Wilkes, Robert E. (1996), " When Consumers Com-plain: A Path Analysis of the Key Antecedents of Consumer Complaint Response Estimates, " *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(4),250-365. Singh, Jagdip(1998), " Consumer Complaint Intentions and Behaviors: Definitional and Taxonomical Issues, " *Journal of Marketing*, 52(January). Swan J. E. & Richard L. Oliver, 1989, " Post purchase Communica-tions by Consumers " , *Journal of Retailig*, Vol.65, pp.516-533. Swan John E. and Richard L. Oliver, 1989, " Equity and Disconfirma-tion- 180 -Perception as Influences on Merchant and Product Satisfaction " , *Journal of Consumer Research*, Vol.16,pp.372-383,December. T. W. Andreassen (1998). " Antecedents to postrecovery satisfac-tion, " *European Journal of Marketing*, Vol.34(1), pp.156-175. Zeithaml V. A., Berry L L. & Parasuraman A.(1993), " the nature and determinants of coutomer epectations of service, " *Journal of the Academu of Marketing Science*, vol.21,no.1,pp.1-12. Zemke, Ron and Bell, Chip,(1990), " Service Recovery : Doing it Right the Second Time " , *Training*, Vol.27.No.6, pp.42-48.