

# The Relationships among Personality Speciality, Working Attitude, Servicing Quality, Working Performance and Customer

朱聖和、魏文欽

E-mail: 9707188@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Financial service industry is essential to the customer. Because the content of Service is related to Customer Fund; Customer Satisfactions corresponsively will result from the financial service personnel 's' working attitude. The relationship between Working Attitude and Service Quality will develop Customer Satisfaction model and will advance Working Performance. Further joining the study on how Personality Speciality will influence Working Attitude. From the correlation literature theory proposed the pre-variables of Customer Satisfaction consciousness cognition, Working Attitude and Service Quality, and they will directly affect Customer Satisfaction, and penetrate Customer Satisfaction to have the so-called Performance. The research scope from finance service personnel are effective samples and utilize the statistical method, Linear Structural Relations (LISREL) to prove the causal relation of all aspects, and have the moderate examination on models process. The findings discovered that, in direct effect parts: 1. The causal relation of Personality Speciality for Working Attitude reveals the remarkable influence 2. Working Attitude for Service Quality and Working Performance reveal remarkable positive direction influence 3. Service Quality for Working Performance reveals remarkable positive direction influence. 4. Working Attitude for Customer Satisfaction and Working Performance both reveals remarkable positive direction influence. 5. Only Service Quality for Customer Satisfaction hasn't been proved in this research.

Keywords : personality speciality , working attitude , servicequality , working performance

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv	
誌謝辭	vi	內容目錄	vii	
表目錄	ix	圖目錄	x	
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1	
第二節 研究目的	3	第三節 研究範圍及對象	4	
第四節 研究流程及章節架構	4	第二章 文獻回顧	7	
第一節 人格特質	7	第二節 工作態度	9	
服務品質	11	第四節 工作績效	17	
滿意度	19	第五節 顧客滿意度之關聯性	19	
22	第三章 研究方法	25	第一節 研究架構與假設	25
25	第二節 研究變數之操作性定義	26	第三節 問卷設計	27
27	第四節 資料分析方法	34	第四章 實證結果與分析	40
40	第一節 問卷基本資料分析	40	第二節 敘述性統計分析	42
42	第三節 相關分析	45	第四節 信度與效度分析	46
46	第五節 LISRE模式分析	49	第五章 結論與建議	59
59	第一節 研究結論	59	第二節 研究貢獻	61
61	第三節 管理意涵	61	第四節 研究限制與未來研究建議	63
63	參考文獻	65	附錄A 前測問卷	74
74	附錄B 最終問卷	78	表目錄	78
9	表 2- 2 PZB服務品質構面與衡量變項	17	表 2- 1 五大人格特	9
29	表 3- 2 人格特質構面	30	表 3- 1 調查對象之基本資料	29
31	表 3- 3 工作態度構面	32	表 3- 2 人格特質構面	31
33	表 3- 4 服務品質構面	32	表 3- 3 工作態度構面	31
33	表 3- 5 工作績效構面	33	表 3- 4 服務品質構面	31
35	表 3- 6 顧客滿意度構面	33	表 3- 5 工作績效構面	31
35	表 3- 7 係數合理範圍參考指標	37	表 3- 6 顧客滿意度構面	31
38	表 3- 8 SEM模式適合度檢定指標	37	表 3- 7 係數合理範圍參考指標	31
38	表 3- 10 工作態度構面之最終量表	38	表 3- 8 SEM模式適合度檢定指標	31
39	表 3- 12 工作績效構面之最終量表	39	表 3- 9 人格特質構面之最終量表	31
39	表 3- 11 服務品質構面之最終量表	39	表 3- 10 工作態度構面之最終量表	31
	表 4- 1 樣本分佈		表 3- 11 服務品質構面之最終量表	31

係數分析 . . . . .	41	表 4-2 各變項平均數與標準差 . . . . .	44	表 4-3 研究變數之相關
分析 . . . . .	46	表 4-4 Cronbach 's 信度分析樣本分佈 . . . . .	47	表 4-5 構面信度分析 .
. . . . .	48	表 4-6 平均變異萃取數分析 . . . . .	49	表 4-7 本研究衡量模式
分析 . . . . .	51	表 4-8 結構方程式評估指標值 . . . . .	52	表 4-9 SEM最終模式係
數估計值 . . . . .	53	表 4-10 變數之間的影响效果 . . . . .	58	表 4-11 研究假設驗證
彙整 . . . . .	58	圖 目錄 圖 1-1 金融服務業業務內容 . . . . .	3	圖 1-2 研究
流程圖 . . . . .	6	圖 2-1 服務品質概念模式 . . . . .	15	圖 2-2 滿意
度之期望差距模型 . . . . .	20	圖 2-3 Fornell ACSI 模型 . . . . .	21	圖 2-4 顧客
滿意的前因與後果 . . . . .	22	圖 3-1 本研究假設性架構圖 . . . . .	25	圖 3-2 問卷
設計流程圖 . . . . .	28	圖 3-3 線性結構關係模式路徑圖 . . . . .	37	圖 4-1 SEM
初始模式路徑圖 . . . . .	50	圖 4-2 本研究之 LISREL 完整模型圖 . . . . .	54	

## REFERENCES

- 一、中文文獻 王茂鑫(2004), 中小企業藉由管理顧問輔導變革員工心理知覺對工作態度影響之研究, 成功大學企業管理研究所未出版碩士論文, 33。江福興(2004), 以社會資本觀點探討國內製造業員工之人格特質與工作價值觀對其工作績效之影響, 國立成功大學企業管理研究所未出版碩士論文。吳秉恩(1993), 組織行為學, 華泰書局, 109-119, 199-212。吳淑敏, 徐村和, 唐國銘(2007), 情緒智慧、組織氣候與服務品質之關係研究 - 以台灣銀行產業為例, 中華管理評論, 10(2), 1-24。李城忠, 林孟潔(2005), 運動健身俱樂部個人教練之專業知能、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), 55-64。李春長(2003), 房屋仲介業服務品質策略影響研究, 2003年全國不動產經營與管理食物學術研討會論文集, 46-50。李順能(2005), 組織變革下員工之變革認知、工作態度與工作績效之相關研究 - 以A軍用航空發動機修護工廠為例, 樹德科技大學經營管理研究所未出版碩士論文, 30。沈進成, 王銘傑(2007), 工作士氣對工作績效影響關係之研究 - 以工作壓力為干擾變項, 經營管理論叢 3(1), 84。林秋芳、盧美秀(1997), 某醫療機構員工對組織氣候期望與感受之差異, 護理研究, 5(1), 65-76。姚裕錡(2006), 人格特質、工作態度與工作績效關聯性之研究 - 以台中地區文理補習班員工為例, 朝陽科技大學工業工程與管理系未出版碩士論文, 41。高大剛(1999), 非營利組織行銷溝通. 特質、顧客特質、服務品質與顧客態度關係之研究 - 以國立自然科學博物館為例, 逢甲大學企業管理研究所未出版碩士論文。張森江(2003), 兩岸員工工作價值觀、工作滿意與工作績效關係之研究 - 以定期貨櫃運送業為例, 國立成功大學交通管理科學研究所未出版碩士論文, 25-26。張曉慧、李君如(2006), 領導型態、員工成熟度與工作績效、組織承諾關係之研究 - 以台中市國際觀光旅館為例, 2006 餐旅管理學術與實務研討會, 44-45。梁仁信(2004), 以內部行銷觀點來探討人力資源部門之內部服務品質、內部顧客滿意度與顧客導向行為及工作績效之關係 - 以上市上櫃銀行為例, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版碩士論文。許清鈞(2004), 金控成立後銀行之組織氣候、員工人格特質對員工工作滿意度及組織承諾影響之研究, 國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班未出版碩士論文, 41。陳文聰, 謝琬菱(2006), 旅館從業人員人格特質與工作滿意度 - 以台灣地區國際觀光旅館為例, 95年觀光休閒餐旅產業永續經營學術研討會, 2-3。彭意維, 葉怡矜(2006), 旅遊業領隊人格特質與工作滿意度之研究, 餐旅管理學術與實務研討會, 2。黃石發(2003), 人格特質、高績效工作系統與工作滿意度及工作適應性間關係之研究 - 以研發人員為例, 國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班未出版碩士論文, 3。黃昆輝(1989), 教育行政學, 台北:東華書局。黃奕源(2006), 人格特質、工作特性、領導行為與工作滿意度之關聯性 - 以台灣高科技產業不同職務員工為例, 國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班未出版碩士論文, 42。黃素瓊(2005), 員工滿意度與其員工績效之調查研究 - 以四家會員型證券投資顧問公司為例, 輔仁大學管理學研究所未出版碩士論文, 22-23。黃新福, 孫淑芬(2005), 組織變革對員工工作滿意與工作投入之影響研究 - 以臺北捷運工程局為例, 2005年第三屆『管理思維與實務』學術研討會論文集, 190。楊瀟菴(2006), 中華電信行動分公司台中營運處機務人員人格特質、工作態度與工作績效關係之研究, 朝陽科技大學工業工程與管理系未出版碩士論文, 165。葉書芳(2002), 服務品質關係品質儀及服務補救與顧客行為意向關係之實證研究, 國立成功大學工業管理研究所未出版碩士論文。廖瑞原, 唐國銘, 吳冠璋與鍾莉容(2006), 醫護人員組織承諾、工作滿足、工作投入與離職傾向之關聯分析, 2006創新、整合與應用研討會, 428。褚麗絹, 許秀琴與陳淑慧(2005), 司法矯正人員角色衝突、工作態度、工作壓力與離職傾向關係之研究, 經營管理論叢 1(1)。蔣景清(2002), 組織氣候、組織承諾與組織公民行為關係之研究 - 以C工廠為例, 國立中山大學人力資源管理研究所碩士在職專班未出版論文。衛南陽(2001), 服務競爭優勢 - 探索永續經營的奧祕, 台北, 商兆文化。盧淵源、吳雪馥、張存金(1995), 全面品質管理之影響因素、推行特性和推行作法 - 台灣製造業之實證研究, 品質學報, 2(1), 101-121。二、英文文獻 Anderson, Eugene W., Claes Fornell, & Donald R. Lehmann. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, And rofitability: Findings From Sweden, Journal of Marketing, 58, 53-66. Anderson, E. W., & M.W. Sullivan. (1993). The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for firms, Marketing Science, 12, 25-43. Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1993). Expanding the Criterion Domain to Include Elements of Contextual Performance. Personnel selection in organizations SanFrancisco: Jossey-Bas, 271-262. Brouther, K. D. (2002). Institutional, Cultural and Transaction Cost Influences on Entry Mode Choice and Performance. Journal of International Business Studies. Cardozo, R. M. (1965). An Experimental Study of Consumer Effort, Expectation and Satisfaction. Journal of Marketing Research, 2(8), 244-249. Cole, D.A. (1987). Utility of confirmatory factor analysis in test validation research. Journal of Counseling and Clinical Psychology, 55, 584-594. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1989). The NEO-PI/NEO-FFI manual supplement, Odessa FL: Psychological Assessment Resources. Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). Professional manual for the NEO PI-R and NEO-FFI, Odessa, FL: Psychological Assessment Resources. Drucker, P. F. (1950). The New Society,

William Heinemann, Ltd. Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, 55, 1-21. Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J. & Bryant, E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60, 7-18. Hu, P.J., Chau, P.Y.K., Liu Sheng O.R., Tam K.Y. (1999). Examining the technology acceptance model using physician acceptance of telemedicine technology, *Journal of Management Information Systems*, 16(2), 91 – 112. Jöreskog, K.G., Sörbom, D. (1993). LISREL 8: Structural Equation Modeling with the Simplis Command Language, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications Policy*, 28, 145-149. Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. Kotler, P. (1991). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (7th ed), Prentice-Hall. Kristensen, K., Martensen, A., & Gronrodt, L. (1999). Measuring the impact of buying behavior on customer satisfaction. *Total Quality Management* 10(4/5), 602-614. Lee, Y. D., Lain, J. W. & Chen, C. Y. (1999). A Study on the Measurement of Productivity for White-collar Employees: A case of electronic industry in Taiwan. *The Chinese Military Academy Journal*. 345-361. Lehtinen, Uolevi & J. R. Lehtinen. (1982). *Service Quality: A Study of Quality Dimensions*, Unpublished Working Paper, Service Management Institute, Helsinki.

Mowday, R. T., Porter, L. W., Steers, R. M., & Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, & turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59, (5), 603-609. Oliver, R. L. (1981). Measurement & Evaluation of Satisfaction Process in Retail Settings, *Journal of Retailing*, 57, 25-48. Oliver, Richard L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response, *Journal of Consumer Research*, 20, 418- 430.

Parasuraman, A., V. A. Zeithmal, & L. L. Berry. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, 49, 41-50. Parasuraman, A., V. A. Zeithmal, & L. L. Berry. (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality, *Journal of Marketing*, 52, 35-48. Ranaweera, Chatura & Prabhu, Jaideep. (2003). On the Relative Importance of Customer Satisfaction and Trust as Determinants of Customer Retention and Positive Word of Mouth, *Journal of Targeting, measurement and Analysis of Marketing*, 12, 82-90. Rubio, D. M., Berg-Weger, M., Tebb, S. S. (2001). Using structural equation modeling to test for multidimensionality. *Structural Equation Modeling*, 8(4), 613-626. Schneider, B., & Bowen, D. E. (1985). Employee and customer perceptions of service in banks: replication and extension. *Journal of Applied Psychology*, 70, 423-433. Schneider, B., & Bowen, D. E. (1993). The service organization: human resources management is crucial. *Organizational Dynamics*, 21, 39-52. Schneider, B., Parkington, J. J., & Buxton, V. M. (1980). Employee and customer perceptions of service in banks. *Administrative Science Quarterly*, 25, 252-267. Schneider, B., White, S. S., & Paul, M. C. (1998). Linking service climate and customer perceptions of service quality: test of a causal model. *Journal of Applied Psychology*, 83, 150-163. Singh, J. & S. Pandya. (1991). Exploring the Effects of Consumers' Dissatisfaction. Level on Complaint Behaviors, *European Journal of Marketing*, 25(9), 7-21. Taylor, S., L. & P. Todd. (1995). Assessing IT usage: the role of prior experience. *MIS Quarterly*, 12, 561-570. Tse, David K. & Peter C. Wilton. (1988). Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension, *Journal of Marketing Research*, 25, 204-12.