

國中生對文理補習班服務品質知覺與忠誠度關係之研究

王麗雯、吳為聖

E-mail: 9900551@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究透過服務品質觀念，探討國中生對文理補習班服務品質的期望與實際感受兩者間知覺之差異，以及文理補習班的服務品質缺口與學生忠誠度之間的關係。以PZB模式及SERVQUAL量表為架構基礎，加入學生訪談與補習班業者的意見與相關文獻發展出「文理補習班服務品質問卷」。經統計分析，獲以下結論：一、國中文理補習班服務品質量表包含反應性、關懷性、可靠性、保證性、設備性及環境性等六個構面。二、不同背景學生對補習班服務品質期望有部分差異：女生對反應性服務期望大於男生；國一對可靠性服務期望大於國三。三、不同背景學生對服務品質知覺有部分差異：女生對反應性、可靠性與設備性知覺大於男生；國一對可靠性知覺大於國三。四、國中文理補習班的服務品質存有缺口，依序為關懷性、環境性、保證性及反應性服務。五、文理補習班服務品質的反應性、關懷性、可靠性、設備性與保證性等缺口正向影響學生的忠誠度。根據上述結果，本研究建議文理補習班可從主動關懷學生，瞭解學生需求，協助學生解決問題，以及加強教師的專業素養與溝通能力，給學生最好的學習環境，以提升補習教育的服務品質。

關鍵詞：期望服務品質；知覺服務品質；顧客忠誠度

目錄

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 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	5	第三節 研究範圍與限制	5
5 第四節 研究流程	7	第二章 文獻探討	7
10 第一節 文理補習班的現況與發展	10	第二節 服務品質理論	10
15 第三節 服務品質的衡量方法	24	第四節 忠誠度理論	15
32 第五節 補習教育服務品質之相關研究	38	第三章 研究方法	32
41 第一節 研究問題	41	第一節 研究架構	41
42 第三節 研究假設	43	第四節 變項之操作性定義與問卷設計	42
44 第五節 預試問卷之信、效度分析	52	第四章 資料分析	44
57 第一節 樣本描述	57	第一節 問卷之信、效度分析	57
58 第三節 各研究變項之差異分析	60	第二節 服務品質與忠誠度之相關分析	58
70 第五節 綜合說明與討論	74	第五章 結論與建議	70
82 第一節 結論	82	第一節 建議與貢獻	82
83 參考文獻	87	第二節 建議與貢獻	83
99 附錄A 文理補習班服務品質(預試問卷)	99	附錄A 文理補習班服務品質(預試問卷)	99
		附錄B 文理補習班服務品質問卷	104

參考文獻

一、中文部分 王俊貴(2001)，國民小學教師對理想服務品質與實際服務品質知覺差異之調查研究，國立台南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。內政部兒童局(2005)，中華民國九十四年臺灣地區兒童及少年生活狀況調查報告分析，[線上資料]，來源 http://www.cbi.gov.tw/CBI_2/upload/8b5cae75-9fe6-49b6-ba0f-ebe708c86737.doc [2009, November 20]。江國良(2004)，服務品質衡量方法之探討，品質月刊，40(4)，34-37。李宗樺(2007)，衡量國民小學學校服務品質缺口以發展差異化服務策略之研究 - 以高雄市國民小學為例，國立台南大學社會科教學碩士班未出版之碩士論文。李守蕾(2008)，補教業服務品質、企業形象價格認知與顧客滿意度關係之研究 - 以才藝補習班為例，國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。吳清山，林天祐(1997)，教育名詞 - 教育選擇權，教育資料與研究，18，61-62。吳明隆(2007)，SPSS 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計，台北：加樺國際股份有限公司。吳泓怡，程貳隆，王銘宗，陳啟明，(2008)，應用SERVQUAL與品質機能展開於文教產業服務品質之提昇，顧客滿意學刊，1(4)，163-202。邱永富(2001)，補習班之服務品質 - 以屏東縣某立案補習班為例，國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。杜壯，邱垂昱，翁佳麟，吳永宏(2000)，服務品質衡量模式之研究 - 以北市補教業為例，科技與管理學術研討會，地點：台北科技大學。杉本辰夫(1986)，事務、

經營、服務的品質管制(盧淵源譯),台北:中興管理顧問公司,(原文於1986年出版)。林素鈺(2004),服務品質模式之演變,品質月刊,40(7),68-74。林傑斌,林川雄,劉明德(2004),SPSS 12統計建模與應用實務,台北:博碩文化股份有限公司。林秉毅(2005),台北市市民運動中心服務品質、顧客滿意度與忠誠度之相關研究,國立屏東師範學院體育學系研究所未出版之碩士論文。林素蘭(2005),顧客滿意度、品牌忠誠度對再購意願之影響 - 以汽車銷售業為例,私立中原大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。林孟紅(2006),文理補習班的服務品質與顧客滿意關聯之研究 - 以高雄市文理補習班為例,私立樹德科技大學經營管理研究所未出版之碩士論文。周文賢(1999),行銷管理 - 市場分析與策略預測,台北:智勝文化。施豐坤(2006),服務品質與顧客滿意之研究 - 以補習班為例,私立逢甲大學經營管理碩士班未出版之碩士論文。徐世輝(2006),全面品質管理,台北:華泰文化事業股份有限公司。張火燦,余月美(2008),服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究,明新學報,34(1),127-140。翁崇雄(1998),期望服務與服務績效影響服務品質質量之研究,台大管理論叢,9(1),153-176。教育部(2009),委託高雄市政府教育局設計之直轄市及各縣市短期補習班資訊管理系統[線上資料],來源: <http://bsb.edu.tw/afterschool/html/statistics.html> [2009, November 10]。許國光(2005),國中生參與補習行為之研究,以屏東市學生為例,國立屏東科技大學企業管理系碩士班未出版之碩士論文。許嘉霖(2009),提升服務品質的思維與做法,品質月刊,45(2),29-37。曾文昌,張浩然(2000),行職業展望 - 補教業[線上資料],來源,取自網址: <http://www.evta.gov.tw/employee/emp/001/009/bb3/> [2009, November 10]。黃怡瑾,李宗樺(2008),高雄市國民小學家長對學校服務品質缺口之實證分析,教育資料與研究雙月刊,81,179-208。莊哲璋(2004),國民小學家長知覺學校對家長服務品質現況、問題與改善策略之研究,國立臺南師範學院國民教育研究所未出版之碩士論文。楊綺紅(2002),多校區大學學生對學校服務品質之研究,私立銘傳大學管理科學研究所未出版之碩士論文。楊孟娟(2004),大台南都會區幼教服務業服務品質滿意度研究,國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。趙德榮(2004),技職教育學習資源服務品質模式建立之研究 - 以空軍航空技術學院為例,私立義守大學管理科學研究所未出版之碩士論文。劉家寧(1989),台北市學童參加校外英語學習消費行為之研究,私立中原大學企管研究所未出版之碩士論文。劉杉杉,吳銘哲,楊雅惠(2008),高中補習班競爭策略分析 - 以宜蘭上榜補習班為例,商業職業教育,110,15-24。鄭皓文(2000),台灣地區本國銀行網站之服務品質衡量研究,國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭秀文(2007),國民小學學校服務品質之研究 - 以台中縣國民小學為例,私立中華大學科技管理研究所未出版之碩士論文。蕭文龍(2007),多變量分析最佳入門實用書-SPSS+LISREAL(SEM),台北:碁峰資訊股份有限公司。簡君蓉(2002),國民中學學校服務品質缺口模式問卷發展與應用之研究,國立暨南大學教育政策與行政研究所未出版之碩士論文。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未出版之博士論文。蘇元含(2003),運用線性結構模式探討服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響 - 以中油加油站為例,國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分 Aaker, D. A. (1988). Strategic Market Management(2nd ed.). Canada: John Wiley & Sons. American Marketing Association (1960). Marketing Definitions. Chicago: A Glossary of Marketing Association. Besterfield, D. H. (1995). Total Quality Management. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Bhoté, K. R. (1996). Beyond customer satisfaction to customer loyalty-The key to greater profitability. New York: American Management Association. Bitner, M. J. (1992). Services capes: The impact of physical surging ' s on customers and employees. Journal of Marketing, 56(2), 57-71. Breffni, N., & Griffin, P. (1997). Enhancing yield management with customer profitability analysis. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 9, 75-79. Brown, G. H. (1952). Brand loyalty-Fact or fiction. Advertising Age, 23, 52-55. Bowen, J. T., & Shoemaker, K. (1998). Loyalty: A strategic commitment. Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 39, 12-27. Brown, T. J., Churchill, Jr. G. A., & Peter, J. P. (1993). Research note: Improving the measurement of service quality. Journal of Retailing, 69(9), 127-139. Buell, V. P. (1984). Marketing Management: A Strategic Planning Approach. New York: McGraw-Hill Book Co. Crosby, P. (1979). Quality is free. New York: McGraw-Hill Book Co.. Curry, D. J., & Faulds, D. J. (1986). Indexing product quality: Issues, theory, and results. Journal of Marketing, 13, 134-145. Deming, W. E. (1982). Quality Productivity and Competitive Position. Cambridge, Massachusetts: MIT Center for Advanced Engineering Study. Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 22(2), 99-113. Ganesh, J., Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2000). Understanding the customer base of service providers: An examination of the differences between switchers and stayers. Journal of Marketing, 64, 65-87. Garvin, D. A. (1987). Competing on the eight dimensions of quality. Harvard Business Review, 65, 101-109. Griffin, J. (1995). The internet expanding role in building customer loyalty. DIRECT Marketing, 59(7), 50-53. Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. European Journal of Marketing, 18(4), 36-44. Hermon, P., & Niteck, D. A. (2001). Service quality: A concept not fully explored. Library Trends, 49(4), 687-708. Hjorth-Anderson, C. (1986). More on multidimensional quality: A reply. Journal of Customer Research, 13, 149-154. Jacoby, J., & Chestnut, R. W. (1978). Brand loyalty: Measurement and management. New York: John Wiley & Sons. Jones, T. O., & Sasser, W. E. (1995). Why satisfied customers defect. Harvard Business Review, 73(6), 88-89. Juran, J. M. (1974). Quality Control Handbook(3rd ed.). New York: McGraw- Hill Book Co. Juran, J. M. (1986). A universal approach to managing for quality. Quality Progress, 12, 19-24. Keaveney, S. M. (1995). Customswitching behavior in service industries: An exploratory study. Journal of Marketing, 59(2), 71-82. Kotler, P. (1991). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control(7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc. Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. Unpublished Working Paper, Service Management Institute, Helsinki. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. L. Berry, G. Shostack and G. Upah (Eds.), Emerging perspectives in service marketing (pp. 99-107). Chicago, Illionis: American Marketing Association. Lovelock, C. H. (1996). Service Marketing(3rd ed.). Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall Inc. Martin, W. B. (1986). Defining what quality service is for you. Cornell HRB Quality, 18(2), 32-38. Martensen, A., Gronholdt, L., & Kristensen, K. (2000). The drivers of customer satisfaction and loyalty: Cross-industry findings from Denmark. Total Quality Management, 11(4-6), 544-553. McCollough, M. A., & Gremler, D. D. (2004). A conceptual model and examination of the effect of service guarantee on post-purchase consumption evaluations. Managing Service Quality, 14(1), 58-74. Oliver, R. (1999). Value as

Excellence in the Consumption Excellence. New York: Routledge. Olshavsky, R. W. (1985). Perceived quality in consumer decision making: An integrated theoretical perspective. In J. Jacoby and J. Olson (Eds.), *Perceived quality* (pp. 3-29). Lexington, Massachusetts: Lexington.

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, 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 1, 39-48.

Regan, W. J. (1963). The service revolution. *Journal of Marketing*, 27, 32-26.

Reichheld, F. F., & Sasser, W. E. (1990). Zero defections: Quality comes to service. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.

Reynolds, F. D., Darden, W. R., & Martin, W. (1974). Developing an image the store-loyal customer. *Journal of Retailing*, 50(4), 73-84.

Sasser, E. W., Olsen, P. R., & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operation*. New York: Allyn and Bacon.

Schvaneveldt, S. J., Enkawa, T., & Miyakawa, M. (1991). Consumer evaluation perspectives of service quality: Evaluation factors and two-way model of quality. *Total Quality Management*, 2, 149- 161.

Seybold, P. B. (1998). *Customer.com: How to create a profitable business strategy for the internet and beyond*. Boston, Massachusetts: Patricia Seybold.

Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer loyalty: The future of hospitality marketing. *International Journal of Hospitality Management*, 18, 345-370.

Silvestro, R., & Cross, S. (2000). Applying the service profit chain in a retail environment Challenging the "satisfaction mirror". *International Journal of Service Industry Management*, 11(3), 244-268.

Spreng, R. A., Harrell, G. D., & Mackoy, R. D. (1995). Service recovery: Impact on satisfaction and intentions. *Journal of Service Marketing*, 9(1), 15-23.

Stum, D. L., & Thiry, A. (1991). Building customer loyalty. *Training and Development Journal*, 45(4), 34-36.

Takeuchi, H., & Quelch, J. A. (1983). Quality is more than making a good product. *Harvard Business Review*, 31(4), 139-145.

Zimmerman, C. D. (1985). Quality: Key to service productivity. *Quality Progress*, 6, 32.