

企業形象、服務品質與顧客滿意對顧客忠誠度之影響研究：以中部 3C 通路為例 = The effects of enterprise image, service ...

柯家瑞、葉子明；黃開義

E-mail: 9901230@mail.dyu.edu.tw

摘要

隨著國內民眾對3C產品的需求日益增加，再加上連鎖行銷之經營觀念的導入，已往傳統的賣場超市已無法完全因應民眾的需求，再加上3C通路業者們彼此之間的激烈競爭，各項產品間的差異性已逐漸縮小，意即漸漸無法利用產品本身功能來獲得利潤，需從其他層面如顧客服務，以及企業形象的塑造上去著手才行。本研究是以企業形象、服務品質、顧客滿意等三個變項，探討其對於顧客忠誠度的影響程度，因為唯有留住具有忠誠度的顧客，使其重複購買的意願增加，才是3C通路業者們的最大課題。故本研究以3C通路為例，以其消費者為問卷調查對象，總計發出562份研究問卷去進行樣本資料分析。研究結果發現，消費者人口統計變數對於3C通路在企業形象、服務品質、顧客滿意等變項上僅年齡有顯著差異，故可針對消費者個人年齡去加以設計相關行銷策略；而企業形象、服務品質、顧客滿意對顧客忠誠度也具有相關性在，故若要維持消費者對原有通路的忠誠度，可從這三個方面著手；此外服務品質、顧客滿意、企業形象對顧客忠誠度則皆有顯著的影響力，但影響的強度是有所差異的，可依業者本身的競爭優勢或資源，去強化某些對忠誠度之提升有著最大效益的項目。

關鍵詞：企業形象；服務品質；顧客滿意；顧客忠誠度

目錄

封面內頁 簽名頁 博碩士論文暨電子檔案上網授權書 iii 中文摘要 iv ABSTRACT v 誌謝 vi 目錄 vii 圖目錄 ix 表目錄 x 第一章 緒論 1 1.1 研究背景與動機 1 1.2 研究目的 3 1.3 研究對象與範圍 3 1.4 研究流程 4 第二章 文獻探討 6 2.1 國內3C通路的概況 6 2.2 企業形象之探討 13 2.3 服務品質之相關探討 19 2.4 顧客滿意度之相關探討 30 2.5 顧客忠誠度之相關探討 40 2.6 企業形象、服務品質、顧客滿意對顧客忠誠度之關連性探討 44 第三章 研究方法 47 3.1 研究架構與假設 47 3.2 統計分析方法 49 3.3 資料蒐集方式與對象選取 50 3.4 問卷內容說明 51 3.5 正式問卷信度 57 第四章 研究結果分析 58 4.1 敘述性統計 58 4.2 不同個人背景在各變項的差異分析 66 4.3 相關分析 72 4.4 迴歸分析 73 4.5 討論與分析 81 第五章 研究結論與建議 88 5.1 研究結論 88 5.2 管理意涵 90 5.3 研究限制與未來研究建議 91 參考文獻 93 附錄 研究問卷 106

參考文獻

1. 中文部分: 1.毛曉夫(1997), 「來源國形象對顧客滿意度之影響 以ELM模式為理論基礎」, 國立政治大學國際貿易研究所碩士論文。
2. 尤志育(2009), 「中小型企業對大型企業的競爭策略研究 以台灣3C電器零售通路業為例」, 國立中山大學管理學院高階經營碩士學程碩士論文。
3. 王瑜哲(2008), 「服務品質及顧客滿意度相關研究 以文化型主題樂園為例」, 中華大學經營管理研究所碩士論文。
4. 杉本辰夫著, 盧淵源譯(1986), 事務、營業、服務的品質管制, 中興管理顧問公司。
5. 何俊達、張振傑、楊豐華(2003), 「網路銀行服務品質、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究」, 真理財經學報, 第9期, 87-115。
6. 李守蕾(2008), 「補救業服務品質、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碩士論文。
7. 林明輝(2003), 「服務品質、知覺公平、顧客滿意與購後意願之相關性研究 以花蓮地區3C零售業為例」, 國立東華大學企業管理研究所碩士論文。
8. 林靜芳(2005), 「台灣北區資訊賣場消費者行為之研究 以NOVA、燦坤、順發為例」, 淡江大學國際貿易研究所碩士論文。
9. 林陽助(1996), 「顧客滿意度決定模型與效果之研究 台灣自用小客車之實證」, 國立台灣大學商學研究所博士論文。
10. 林慶村(2005), 「銀行業服務品質、企業形象、顧客滿意度與顧客忠誠度之研究」, 朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文。
11. 吳美珍(2007), 「探討服務品質對顧客滿意度與忠誠度之影響—以北部便利商店為例」, 崇右學報, 第13期, 63-82。
12. 周豐茂(2007), 「服務品質、關係行銷、企業形象與顧客滿意度對顧客忠誠度之關聯性研究 以中油公司台南地區自營加油站為例」, 南台科技大學高階企管碩士班碩士論文。
13. 持本志行(1995), 顧客滿意戰略與運用, 超越企業顧問股份有限公司。
14. 洪嘉蓉(2004), 「服務品質、滿意度與忠誠度關係之研究-以中華電信公司ADSL顧客為例」, 大葉大學資訊管理研究所碩士論文。
15. 胡政源(2006), 品牌管理 品牌價值的創造與經營, 新文京開發出版股份有限公司。
16. 胡政源(2007), 顧客關係管理—創造顧客價值, 新文京開發出版股份有限公司。
17. 胡凱傑(2008), 「電信客服中心服務品質概念模式之實證研究—以中華電信北區分公司為例」, 行銷評論, 第5卷第1期, 1-26。
18. 孫彬凱、黃士滔(2004), 「消費者對服務品質的期待與滿意程度之研究—以高雄市某3C量販門市公司為例」, 國立高雄應用科技大學學報, 第33期, 55-72。
19. 徐艷如(2006), 「中華電信客服中心客戶服務滿意度與服務效率之分析探討」, 國立中山大學社會科學院高階公共政策碩士論文。
20. 陳榮傑(1996), 「3C產業通路競合策略個案探討」, 國立中興大學企業管理研究所碩士論文。
21. 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」, 中國文化大學國際企業管理研究所碩士論文。
22. 陳木聯(2004), 「電業服務品質、社會責任、企業形象與顧客滿意

度之相關性研究」, 南華大學管理科學研究所碩士論文。 23.陳坤志(2006), 「大專院校學生教育服務品質、顧客滿意度與忠誠度關連分析」, 中華管理學報, 第7卷第1期, 125-142。 24.陳昱誠(2008), 「影響產險消費者忠誠度之因素分析 以汽車險商品為例」, 銘傳大學管理研究所碩士論文。 25.許惠美、陳思倫(2002), 「旅行業者對國際觀光旅館企業形象整體評價之研究」, 觀光研究學報, 第8卷第2期, 1-17。 26.許士軍(1983), 管理學, 東華書局。 27.郭德賓、周泰華、黃俊英(2000), 「服務業顧客滿意評量之重新檢測與驗證」, 中山管理評論, 第8卷第1期, 153-200。 28.黃宏鈞(2001), 「企業形象與服務品質對消費者再購行為之影響:顧客關係的中介效果」, 國立台灣大學心理學研究所碩士論文。 29.黃明政(2004), 「銀行業服務品質、企業形象與顧客忠誠度之研究」, 南華大學科學研究所碩士論文。 30.資策會(1999), MICTIS計畫。 31.趙盈傑(1999), 「3C連鎖體系經營策略之研究」, 淡江大學管理科學研究所碩士論文。 32.趙永智(2002), 「台北市立動物園企業識別系統對企業形象影響之研究」, 世新大學觀光學系研究所碩士論文。 33.楊宗哲(2002), 「直營式與招商式3C連鎖賣場消費者賣場印象之比較研究」, 國立交通大學經營管理研究所碩士論文。 34.楊東震、羅珏瑜(2003), 「非營利組織顧客滿意之研究 以台北市立美術館為例」, 非營利組織管理學刊, 第1卷第1期, 1-26。 35.楊明珠、咎家騏(2009), 「從消費者與從業人員觀點建構的銀行企業形象」, 2009年海峽兩岸創新與永續經營學術研討會暨2009管理創新與科際整合學術研討會, 1-21。 36.萬沛沛(2007), 「不同型態3C連鎖賣場顧客滿意度模式之研究」, 中華大學經營管理研究所碩士論文。 37.潘相熹、王本正(2004), 「服務品質與顧客行為意向之關聯研究—以3C產品門市為例」, 德明學報, 第23期, 69-87。 38.蔡振豪(2001), 「資訊家電流通業經營策略之研究—以個案公司為例」, 國立政治大學企業管理研究所碩士論文。 39.劉能(2005), 「電話客服中心經營流程與服務模式探討以宇達電通為例」, 國立交通大學資訊管理研究所碩士論文。 40.劉文良(2008), 顧客關係管理, 碁峰資訊股份有限公司。 41.衛南陽(2001), 新顧客滿意學, 商兆文化股份有限公司。 42.賴宜鈺(2001), 「新零售業態對製造商通路策略與績效影響之研究」, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文。 43.謝佳穎(1995), 「3C產品通路選擇策略及個案研究」, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。 44.謝順金、黃雅鳳(2005), 「拍賣網站服務品質與信任認知對顧客忠誠度關係之研究」, 資訊管理展望, 第7卷第2期, 91-112。 45.戴久永(2000), 「從顧客滿意到顧客忠誠」, 中華民國品質學會第36屆年會暨第六屆全國品質管理研討會。 46.鍾欣蘭(2008), 「服務品質、企業形象與顧客滿意度之關聯性研究 以台灣銀行業為例」, 國立成功大學統計學研究所碩士論文。 47.簡子原(2007), 「3C量販店服務品質及顧客關係對顧客滿意度及忠誠度之影響—以燦坤、順發及全國電子為例」, 佛光大學管理學系研究所碩士論文。 48.羅文火(1998), 「台灣3C零售店形式之研究」, 國立東華大學企業管理研究所碩士論文。 二、網址部分: 1.NOVA網站, 網址:

http://www.nova.com.tw/shop/shop_floor.php。 2.大同3C網站, 網址: <http://topc.tatung.com/client/index.asp>。 3.大潤發網站, 網址:

<http://www.rt-mart.com.tw/>。 4.台灣經研院產經資料庫, 網址: <http://tie.tier.org.tw/tie/index.jsp>。 5.全國電子網站, 網址:

<http://www.elifemall.com.tw/>。 6.美國行銷協會網址: <http://www.marketingpower.com>。 7.家樂福網站, 網址:

<http://www.carrefour.com.tw/>。 8.順發3C網站, 網址: <http://www.sunfar.com.tw/cominform.aspx>。 9.燦坤網站, 網址:

<http://www.tkec.com.tw/>。 10.愛買吉安網站, 網址: <http://www.fe-geant.com.tw/>。 11.資策會網站, 網址: <http://www.iii.org.tw/>。 三、

英文部分: 1.Aaker, D. A. and Keller, K. L. (1990), "Consumer evaluations of brand extensions", *Journal of Marketing*, 54(1), 27-41.

2.Anderson, E. W., Fornell, C. and Lehman, D. R. (1994), "Customer satisfaction, market share, and profitability: finding from sweden", *Journal of Marketing*, 58, 53-66. 3.Bitner, M. J. (1991), "Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses", *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82. 4.Bhote, K. R. (1996), "Beyond customer satisfaction to customer loyalty - the key to great profitability", *American Management Association*, 31-39. 5.Babin, B. J. and Griffin, M. (1998), "The nature of Satisfaction: an updated examination and analysis", *Journal of Business Research*, 41(2), 127-137. 6.Bolton, R. N. (1998), "A dynamic model of the customer's relationship with a continuous service provider: the role of satisfaction", *Marketing Science*, 17(1), 45-65. 7.Bowen, J. T. and Chen, S. L. (2001), "The relationship between customer loyalty and customer satisfaction", *International Journal of Contemporary Hospitality*, 13, 213-217. 8.Boulding, W., Kalra, A., Richard, S. and Zeithaml, V. A. (1993), "A dynamic process model of service quality: from expectation to behavioral intentions", *Journal of Marketing Research*, 30(1), 7-27. 9.Cronin, J. J., Jr. and Taylor, S. A. (1992), "Measuring service quality: areexamination and extension", *Journal of Marketing*, 56, 55-68. 10.Cardozo, R. N. (1965), "An experimental study of customer effort, expectation and satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 2(Aug.), 244-249. 11.Churchill, G. A. Jr. and Surprenant, C. (1982), "An investigation into the determinants of customer satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 1(19), 491-504. 12.Czepiel, J. A. (1974), "Perspective on customer satisfaction", *AMA Conference Proceedings*, 119-123. 13.Chen, J. S. and Russell, K. H. (2007), "The effects of mobile customer relationship management on customer loyalty: brand image does matter", 40th Annual Hawaii International Conference, Jan., 151b. 14.Dabholkar, P. A., Dayle, I. T. and Rentz, J. O. (1996), "A measure of service quality for retail stores: scale development and validation", *Journal of Travel Research*, 24, 3-16. 15.Dowling, G. R. (1986), "Managing your corporate images. *Industrial marketing management*", 15(2), 109-115. 16.Day, R. L. (1977), "Extending the concept of consumer satisfaction", *Atlanta: Association for Consumer research*, 4, 149-154. 17.Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991), "Effects of price, brand, and store information on buyers product evaluations", *Journal of Marketing Research*, 28, 307-319. 18.Duncan, T. and Moriarty, S. (1997), "Driving brand value using integrated marketing to manage profitable stakeholder relationships", McGraw-Hill. 19.Duncan, T. and Moriarty, S. (1999), "Brand relationships key to agency of the future", *Advertising Age*, 18, 44-51. 20.ECSI technical committee(1998), European customer satisfaction index foundation and structure for harmonized national pilot projects, report prepared for the ECSI steering committee, October. 21.Fisk, R. P., Brown, S. W. and Bitner, M. J. (1993), "Tracking the evolution of the services marketing literature", *Journal of Retailing*, 69(1), 61-103. 22.Fornell, C. (1992), "A national customer satisfaction barometer: the swedish experience", *Journal of Marketing*, 56, 6-21. 23.Guiford, J. P. (1965), "Fundamental statistics in psychology and education" 4th ed., New York: McGraw-Hill Inc.. 24.Gronroos, C. (1982), "Strategic management and marketing in the service sector", Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.

25.Gronroos, C. (1988), " A service quality model and its marketing implications " , *European Journal of Marketing*, 18(4), 37-45. 26.Griffin, J. (1995), " Customer loyalty: how to earn it, how to keep it " , New York, Lexington Book. 27.Grewal, D. R., Krishnan, J. B. and Borin, N. (1998) " The effect of store name, brand name and price discounts on consumers ' evaluations and purchase intentions " , *Journal of Retailing*, 74(3), 331-352. 28.Griffin, A., and Page, A. L. (1996), " PDMA success measurement project: recommended measures for product development success and failure " , *Journal of Product Innovation Management*, 13(6), 478-496. 29.Gummesson, E. (1994), " Service management: An evaluation and the future " , *International Journal of Service Industry Management*, 5(1), 77-96. 30.Gillbert, D. C. and Jackaria, N. (2002), " The efficacy of sales promotion in UK supermarkets: a consumer view " , *International Journal of Retail and Distribution Management*, 30(6), 315-322. 31.Howard, J. A. and Sheth J. N. (1969), " The theory of buyer behavior " , John Wiley and Sons, New York, NY. 32.Hunt, H. K. (1977), " Consumer satisfaction/dissatisfaction: overview and research directions " , *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, ed. Hunt, H. K., Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 455-488. 33.Hempel, D. J. (1977), " Consumer satisfaction with the home buying process: conceptualization and measurement " , in the *Conceptualization of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, Cambridge, Mass: Marketing Science Institute. 34.Heskett, J. L., Thomas, O. J., Gary, W. L., Sasser, W. E. and Leonard, A. S. (1994), " Putting the service - profit chain to work " , *Harvard Business Review*, 72(2), 164-174. 35.Ingrid, F. (2004), " An index method for measurement of customer satisfaction " , *The TQM Magazine*, 16(1), 57-66. 36.Jones, T. O. and Sasser, W. E. (1995), " Why satisfied customers defect " , *Harvard Business Review*, 73(6), 88-99. 37.Johnston, T. C. and Hewa, M. A. (1997), " Fixing service failures " , *Journal of Marketing Management*, 26, 467-473. 38.Keller, K. L. (1998), " Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity " , Upper Saddle River, NJ; Prentice-Hall. 39.Kotler, P. (1991), " Marketing management: analysis, planning, implementation and Control " , 7th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ. 40.Kotler, J. and Scheff, J. (1996), " Crisis in the arts: the marketing response " , *California Management Review*, 39(1), 28-53. 41.Kotler, P. (1997), " Marketing management, analysis, planning, implementation and control " , 9th ed., New York: Prentice – Hall, Inc. 42.Kotler, P. (2003), *Marketing management*, 11th ed., New Jersey: Prentice Hall. 43.Levitt, T. (1972), " Production - line approach to service " , *Harvard Business Review*, 50, 41-52. 44.Loudon, D. L. and Bitta, A. J. (1988), *Consumer behavior: concepts and applications*, New York: McGraw-Hill. 45.Lethinen, U. and Lethinen, J. R. (1991), " Two approaches to service quality dimensions " , *Service Industries Journal*, 11(3), 287-303. 46.Mahadevan, B. (2000), " Business models for internet - based e - commerce: an anatomy " , *California Management Review*, 42, 55-69. 47.Martineau, P. (1960), *Developing the corporate image*, New York: Charles Scribner ' s Sons. 48.Nguyen, N., and Leblanc, G. (2001), " Corporate image and corporate reputation in customers retention decisions in services " , *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(3), 227-236. 49.Normann, R. (1991), *Service Management*, 2nd Ed, Chichester: Wiley. 50.Oliver, R. L. (1980), " A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions " , *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. 51.Oliver, R. L. (1981), " Measurement and evaluation of satisfaction process in retailing setting " , *Journal of Retailing*, 57, 25-48. 52.Osman, M. Z. (2001), " A conceptual model of retail image influences on loyalty patronage behaviour " , *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 31, 149-166. 53.Oliver, R. L., and Desarbo, W. S. (1988), " Response determinants in satisfaction judgment " , *Journal of Consumer Research*, 14, 495-507. 54.Oliver, R. L. (1997), " Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer " , Boston: McGraw-Hill. 55.Oliver, R. L. (1993), " Cognitive, affective, and attribute base of the satisfaction response " , *Journal of Consumer Research*, 20, 418-430. 56.Oliva, T. A., Oliver, R. L. and MacMillian, I. C. (1992), " A catastrophe model for developing services satisfaction strategies " , *Journal of Marketing*, 56, 83-95. 57.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985), " A conceptual model of service quality and its implications for future research " , *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50. 58.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*, 64(1), 12-40. 59.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1991), " Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale " , *Journal of Retailing*, 67, 420-450. 60.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1993), " The nature and determinants of customer expectations of service " , *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(Winter), 1-12. 61.Praff, M. (1977), " The index of customer satisfaction measurement and opportunity, the conceptualization of consumer satisfaction and dissatisfaction " , Cambridge Marketing Science Institute, 24-27. 62.Prus, A. and Brandt, D. R. (1995), " Understanding your customers " , *Marketing Tools*, 2(5), 10-14. 63.Rosander, A. C. (1980), " Service industry QC - is the challenge be met? " , *Quality Progress*, 17(4), 34-35. 64.Reynolds, F. D., Darden, W. R., and Martin, W. S. (1974), " Developing an image of the store - loyal customer " , *Journal of Retailing*, 50, 73-84. 65.Robertson, T. S. and Gatignon, H. (1986), " Competitive effects on technology diffusion " , *Journal of Marketing*, 50(3), 1-12. 66.Rust, R. T., Zahorik, A. J. and Keiningham, T. L. (1995), " Return on quality (ROQ): making service quality financially accountable " , *Journal of Marketing*, 59(2), 58-70. 67.Sasser, R., Olsen, P. and Wyckoff, D. D. (1978), " Management of service operations: text and cases " , Boston, Mass., Allyn and Bacon. 68.Spector, P. (1961), " Basic dimension of the corporate image " , *Journal of Marketing*, 25(6), 47-51. 69.Timmers, P. (1998), " Business models for electronic markets " , *Electronic Markets*, 8(2), 3-8. 70.Woodside, A. G., Frey, L. L. and Daly, R. T. (1989), " Linking service quality customer satisfaction, and behavioral intention " , *Journal of Health Care Marketing*, 9(4), 5-17. 71.Wong, A. (2000), " Integrating supplier satisfaction with customer satisfaction " , *Total Quality Management*, 11(4-6), 826-829. 72.Walters, C. G.. (1978), *Consumer Behavior: Theory and Practice*, 3rd ed., HomeWood, Illinois: Richard D. Irwin, Inc.. 73.Zeithaml, V. A. and Bitner, M. J. (2002), *Service Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, 3rd ed., McGraw-Hill, New York. 74.Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1990), " Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations " , the FreePress, New York, NY. 75.Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1993), " The nature and determinants of customer expectations of service " , *Journal of the Academy of Marketing Science*,

