

南台科技大學行銷與流通管理系
學生專題報告

高速鐵路服務品質、知覺價值、顧客滿意度與顧客忠誠度關係之研究-以台南站為例

指導老師	王怡強	老師
專題製作學生	494D0014	林美汝
	494D0056	薛名婷
	494D0096	吳思瑾
	494D0104	葉容玢
	494D0910	蘇子育

中華民國 97 年 12 月

目錄

摘要	i
表目錄	iv
圖目錄	v
第一章 緒論	1
1.1 研究背景與動機	1
1.2 研究目的	1
1.3 研究流程	2
1.4 研究範圍與對象	3
第二章 文獻探討	4
2.1 服務品質	4
2.1.1 服務之定義	4
2.1.2 服務之特性	5
2.1.3 服務品質之定義與特性	7
2.1.4 服務品質衡量模式與構面	8
2.2 知覺價值	14
2.2.1 知覺價值之定義	14
2.2.2 知覺價值的相關研究及構面	15
2.3 顧客滿意度	16
2.3.1 顧客滿意度之定義	17
2.3.2 顧客滿意度之衡量	18
2.4 顧客忠誠度	19
2.5 服務品質與顧客滿意度之關係	20
2.6 知覺價值與顧客滿意度之關係	21
2.7 顧客滿意度與顧客忠誠度之關係	22
第三章 研究方法	24
3.1 研究架構	24
3.2 研究假說	24
3.3 研究變數與操作性定義	25
3.3.1 服務品質	25
3.3.2 知覺價值	26
3.3.3 顧客滿意度	26
3.3.4 顧客忠誠度	26
3.4 問卷設計及操作	27
3.5 統計方法	29
第四章 研究結果分析	31

4.1 正式問卷樣本結構分析	31
4.2 因素分析	35
4.2.1 服務品質	36
4.2.2 知覺價值	37
4.2.3 顧客滿意度	37
4.2.4 顧客忠誠度	37
4.3 信度分析	38
4.4 效度分析	40
4.5 相關分析	41
4.6 獨立樣本 t 檢定	43
4.7 變異數分析	44
第五章 結論與建議	49
5.1 研究結論	49
5.1.1 服務品質、知覺價值、顧客滿意度與顧客忠誠度之構成要素	49
5.1.2 服務品質、知覺價值、顧客滿意度與顧客忠誠度之關係	49
5.2 管理意涵與建議	51
5.3 研究限制	52
5.4 後續研究建議	53
5.5 研究貢獻	54
參考文獻	55
中文文獻	55
英文文獻	56
附錄 問卷	61

表目錄

表 2.1 服務品質的特性	5
表 2.2 服務品質衡量構面	12
表 2.3 服務品質 SERVQUAL 量表	13
表 3.1 服務品質問卷設計	27
表 3.2 知覺價值問卷設計	28
表 3.3 顧客滿意度問卷設計	28
表 3.4 顧客忠誠度問卷設計	28
表 4.1 問卷回收統計	31
表 4.2 樣本次數分配表	32
表 4.3 消費行為次數分配表	33
表 4.4 各研究題項描述性統計分析	34
表 4.5 KMO 與 Bartlett 球形檢定之結果	35
表 4.6 服務品質因素分析表	36
表 4.7 知覺價值因素分析表	37
表 4.8 顧客滿意度因素分析表	37
表 4.9 顧客忠誠度因素分析表	38
表 4.10 服務品質構面 Cronbach's α 值	38
表 4.11 知覺價值構面 Cronbach's α 值	39
表 4.12 滿意度構面 Cronbach's α 值	39
表 4.13 忠誠度構面 Cronbach's α 值	40
表 4.14 皮爾森(Pearson)相關分析表	41
表 4.15 性別與各構面獨立樣本 t 檢定	44
表 4.16 教育程度對各構面之變異數分析表	44
表 4.17 年齡對各構面之變異數分析表	45
表 4.18 職業對各構面之變異數分析表	46
表 4.19 平均每月收入對各構面之變異數分析表	47
表 4.20 平均多久前往一次對各構面之變異數分析表	47
表 4.21 目前搭乘次數對各構面之變異數分析表	48
表 5.1 研究假說結論彙整	50

圖目錄

圖 1.1 研究流程圖	3
圖 2.1 PZB 服務品質模式	9
圖 2.2 知覺服務品質構面圖	12
圖 2.3 知覺價值模型	14
圖 3.1 研究架構	24