

運用結構方程模式探討服務品質對顧客滿意度與顧客忠誠度之研究：以臺北縣某信用合作社為例

林玉彬¹ 林子坤²

摘要

在金融自由化與國際化的政策下，金融業務日趨標準化，銀行的服務項目差異化縮小，加上我國政府大量開放新的競爭者進入金融市場，造成整個金融體系發生劇烈變化。

本研究以 Parasuraman, Zeithaml and Berry (簡稱 PZB, 1985) 所提出之服務缺口分析模式，以信用合作社顧客為對象，試圖運用結構方程模式之理論為基礎，探討服務品質對顧客滿意度之影響，進而影響顧客忠誠度。研究結果顯示對於服務品質與顧客滿意度及忠誠度之間的關聯性，由研究假說之成立，可推論出服務品質正向影響顧客滿意度：當信合社的信賴性、關懷性及有形性服務品質的提升，對於顧客的預期及認知滿意度亦隨之提昇。因此信合社可透過人員的在職訓練，加深員工對顧客以客為尊的觀念，可提高顧客的滿意度。對於顧客滿意度正向影響顧客忠誠度，亦即顧客預期程度和認知成效對顧客行為面和態度面忠誠具有顯著的正向影響，所以可以透過顧客預期及認知滿意度的提升，進而對顧客的行為面及態度面忠誠度有提升的作用。

關鍵詞：服務品質、顧客滿意、顧客忠誠、結構方程模式

¹真理大學經濟學系副教授

²真理大學管理科學研究所研究生