

謝誌

從入學到畢業，經過了三年的時間，雖然碩二因為策管的緣故，讓我除了多了一年留在學校外，同時也對策管這門課有比別人更深一層的認識，這固然是比別人辛苦，但我相信所得到是值得的。這三年的期間，比起一般的研究生，我已經算是半個在職研究生。一半生活時間除了與學校課業奮鬥外，另一半的生活是在社會中磨練。我的工作是在溜冰場及滑冰場上教導學生，時常要與家長、學生做接觸，並且隨時溝通。與一般研究生只有論文的壓力下，我則是還多了工作上的壓力，不過這是我對自己未來的選擇，所以並不後悔，也是樂在其中並樂於追求磨練。對於黃老師，我真的非常謝謝您接受我這樣的學生，時常因為工作的關係，老是跟您喬時間，但還是一句話，謝謝您。

這三年下來，要感謝的人很多，首先要感謝的是我的家人，在我策管被當掉那半年，心情真的是跌到谷底，甚至會想逃避離開，但是你們卻給了我莫大的幫助，要我適時放鬆，別把壓力攬於身上，雖然研究所至今已經三年，比一般研究生晚了一年，但你們所帶給我的感受，讓我可以安心完成碩士學位。未來職場上，我會讓自己以正面心態面對所有的挑戰的。

在此，也要感謝研究所期間陪伴我的朋友及同學們，萍安、文瑜我這 11 年的好友，這三年的過程中，難免你們都會對我毒舌一下，但出發點都是以最公正的角度讓我能去看清楚我的問題。另外，最感謝的是研究所的雙意姐、琇月，總是能在我最無助的時候指引我方向；還有高中的惠璧老師，研究所碩一上時，若不是及時跟您說我身體的狀況，我想自己也不會主動去看中醫調養身體，雖然現在工作已經在忙了，但我還是打算抽時間過去給醫生看，謝謝您。再來，是我的學生們，謝謝你們在我上課時都能認真的上課，雖然你們偶爾會耍性子，但你們永遠是我最疼的學生，同時也謝謝家長們的配合及支持。最後，要謝謝男朋友的陪伴，尤其是在開刀時的種種情形，真的很謝謝你。

要感謝的人其實非常多，而這三年也很慶幸能受到這麼多人的幫助，感謝之意永遠僅記在心。碩論完成了，我可以專心面對自己的事業，給自己加油！

曾鈺珣 謹至於
2012 年 7 月 31 日

論文名稱：不同服務失誤情境下服務補救效果之研究

校所名稱：東海大學企管理學系碩士班

畢業時間：2012年

研究生：曾鈺珣

指導教授：黃延聰 博士

論文摘要：

本文探討在不同服務失誤的情境之下，顧客對於服務補救的期望是否會有相對應的方式，以及服務補救是否對顧客滿意度及顧客忠誠度有影響。服務失誤是當企業所提供的服務無法達到顧客的要求，或是所提供的服務低於顧客的期望時就會發生失誤。服務補救則是當企業所提供的產品或服務無法達到顧客的期望標準而產生不滿時，企業將採取補救措施，以彌補顧客的不滿。藉由實驗法的調查，以東海大學學生為研究對象，共收回 878 份有效問卷，再利用變異數分析方法進行假說的驗證。

本研究主要發現為：

- 一、 當顧客遭受服務失誤後，服務補救對於顧客二次滿意度有正面的影響。
- 二、 不同服務失誤情境下服務補救的效果，心理性補救是不可或缺的。
- 三、 顧客滿意度越高，顧客忠誠度也會越高。

關鍵詞：服務失誤、服務補救、顧客二次滿意度、顧客忠誠度

Title of Thesis : The Study of Service Recovery Effects under Different Service Failure Situation

Name of Institute : Department of Business Administration , Tunghai University

Graduation Time : 07/2012

Student Name : Tseng, Yu-Hsun Advisor Name : Huang, Yen-Tsung

Abstract :

This paper explores under different service failures situations, whether customer expectations corresponds with services recovery or not, and the service recovery have an impact on customer satisfaction and customer loyalty. Service failure means that the companies provided the services couldn't reach customers' requirements, or the services below customer expectations. Service recovery is means when companies provide products or services couldn't reach the standard of customer expectations and let the customers feel dissatisfaction, the company will take recovery measures to compensate for their dissatisfaction. Through the experimental method of investigation, Tunghai University's students were surveyed and it collected 878 effective samples. Furthermore, the samples were analyzed by using one-way ANOVA and two-way ANOVA to test the hypothesis.

The finding are as following:

1. When the customer suffered a service failure, service recovery have a positive impact for post-recovery satisfaction.
2. The study of service recovery effects under different service failure situation, the psychological is indispensable.
3. The customer satisfaction is higher and the customer loyalty will be higher.

Key words : Service Failure 、 Service Recovery 、 Post-Recovery Satisfaction 、 Customer Loyalty

目錄

謝誌.....	I
摘要.....	II
ABSTRACT.....	III
目錄	IV
表目錄.....	VI
圖目錄.....	VII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與研究動機.....	1
第二節 研究問題與目的.....	2
壹、 研究問題.....	2
貳、 研究目的.....	2
第三節 研究流程.....	3
第二章 文獻探討與假設推導.....	4
第一節 服務失誤.....	4
第二節 服務補救.....	9
第三節 補救後之顧客滿意度.....	14
第四節 服務補救對顧客二次滿意度之影響.....	16
第五節 服務失誤類型與服務補救方式之配適與顧客滿意.....	17
第六節 顧客滿意度與顧客忠誠度.....	21
第三章 研究設計與方法.....	23
第一節 研究方法的選擇設計與研究流程.....	23
第二節 假設及假設檢定之方法.....	25
第三節 推導自變數及發展依變數.....	25
壹、 第一次前導測試.....	26
貳、 第二次前導測試.....	28
參、 問項衡量.....	33
一、 顧客二次滿意度.....	33
二、 顧客忠誠度.....	33
第四節 抽樣對象及方法.....	37
壹、 母體界定.....	37
貳、 分析單位.....	37
參、 抽樣設計.....	37
肆、 資料蒐集.....	38
第五節 問卷設計、前測及後測調查與回收.....	38
壹、 問卷設計.....	38
貳、 問卷前測.....	38

參、 後測調查與回收.....	40
第六節 樣本特性與描述.....	41
第七節 統計分析方法.....	42
第四章 分析結果與探討.....	43
第一節 信度與效度之評鑑.....	43
壹、 信度.....	43
貳、 效度.....	44
第二節 因素分析.....	44
第三節 單因子變異數分析.....	46
第四節 二因子變異數分析.....	50
第五節 迴歸分析.....	58
第五章 結論與建議.....	62
第一節 研究結果與討論.....	62
壹、 在發生服務失誤之後，服務補救對顧客滿意度有正面的影響.....	63
貳、 不同服務失誤類型應採取不同服務補救方式，對於顧客二次滿意度會有不同的效果.....	63
參、 顧客滿意度對於顧客忠誠度有正面的影響.....	65
第二節 管理涵義.....	66
壹、 可作為國道客運業之參考依據.....	66
第三節 研究限制.....	67
壹、 研究範圍之限制.....	67
貳、 發放上之限制.....	67
參、 情境操弄之限制.....	67
第四節 後續研究建議.....	68
壹、 選擇其他行業及擴大樣本結構.....	68
貳、 增加變數.....	68
參、 情境設計.....	68
參考文獻.....	69
附錄.....	76

表目錄

表 2-1-1 服務失誤定義.....	4
表 2-1-2 服務失誤的分類方式.....	5
表 2-1-3 核心服務失誤及服務接觸失誤之概念性定義.....	8
表 2-2-1 服務補救定義.....	9
表 2-2-2 服務補救的做法.....	10
表 2-2-3 實質性補救及心理性補救之概念性定義.....	14
表 2-3-1 服務補救對滿意度之影響.....	15
表 3-1-1 實驗法操作步驟.....	24
表 3-2-1 本研究整理之研究假設.....	25
表 3-3-1 服務失誤情境問卷設計內容.....	26
表 3-3-2 第一次前導測試統計結果.....	27
表 3-3-3 第二次前導測試分析結果.....	28
表 3-3-4 服務補救情境問卷設計內容.....	29
表 3-3-5 第二次前導測試分析結果.....	30
表 3-3-6 服務失誤及服務補救之情境敘述.....	31
表 3-3-8 六種實驗情境之描述.....	32
表 3-3-9 補救後顧客滿意度及顧客忠誠度之概念性定義.....	35
表 3-3-10 顧客二次滿意度及顧客忠誠度之衡量問項.....	36
表 3-5-1 顧客二次滿意度及顧客忠誠度之衡量問項信度.....	39
表 3-5-2 因素檢定表.....	40
表 3-6-1 受訪者性別分佈.....	41
表 3-6-2 受訪者之年齡分佈.....	41
表 3-6-3 受訪者之所得分佈.....	42
表 3-6-4 受訪者有無在搭乘客運時遭受服務失誤.....	42
表 4-1-1 顧客二次滿意度及顧客忠誠度之衡量問項信度.....	43
表 4-2-1 KMO 及 Bartlett 球形檢定.....	44
表 4-2-2 因素檢定表.....	45
表 4-2-3 刪除 L1 後之因素檢定表.....	46
表 4-3-1 敘述性統計.....	47
表 4-3-2 變異數同質性檢定.....	47
表 4-3-3 單因子變異數分析.....	47
表 4-3-4 單因子變異數之多重比較.....	48
表 4-4-1 變異數分析之摘要表.....	51
表 4-4-2 描述性統計.....	52
表 4-4-3 變異數同質性檢定.....	52
表 4-4-4 ANOVA 分析.....	53

表 4-4-5 多重比較.....	54
表 4-4-6 服務接觸失誤之多重比較.....	55
表 4-5-1 迴歸分析之敘述統計.....	58
表 4-5-2 迴歸分析之相關矩陣表.....	59
表 4-5-3 迴歸分析之模式摘要.....	59
表 4-5-4 變異數分析(ANOVA)	60
表 4-5-5 迴歸分析之係數.....	61
表 5-1-1 本研究實證結果整理.....	62

圖目錄

圖 1-1 本研究流程圖.....	3
圖 4-1 平均數圖.....	50
圖 4-2 核心服務失誤下之各補救平均值.....	57
圖 4-3 服務接觸失誤下之各補救平均值.....	58