



# 服務品質與顧客滿意度關係之研究—以台灣高鐵為例

翁逸群

僑光科技大學 企業管理系 副教授  
台中市西屯區僑光路 100 號  
E-mail : icwong@ocu.edu.tw

呂佳育

僑光科技大學 企業管理研究所 研究生  
台中市西屯區僑光路 100 號

## 摘要

台灣高鐵通車是運輸史上的巨大改變，不論是生活型態、周遭地產、南北平衡，以及對其他交通業的衝擊，都值得探討，因為高鐵將在台灣未來的經濟結構上扮演主動脈。

本研究係針對 2009 年台灣地區搭乘高鐵消費者為對象，採用便利抽樣法進行調查。本研究發放 220 份正式問卷，而收回 189 份問卷，後經扣除填答不全等之無效問卷 39 份，有效回收問卷為 150 份。文中：服務品質選取「有形性」、「保證性」、「可靠性」、「關懷性」、「反應性」五個因素，而顧客滿意度選取「產品」、「價格」、「服務」、「情境」、「個人因素」五個因素來做分析。研究方法係採單因子變異數分析及迴歸分析來進行研究。

透過樣本之實證結果，研究結果發現：

1. 顧客人口統計變數對服務品質構面有顯著的差異（部分成立）。
2. 顧客人口統計變數對顧客滿意度構面有顯著的差異（部分成立）。
3. 服務品質構面對顧客滿意度具正向顯著性影響（部分成立）。

因此，台灣高鐵公司勢必要提升服務品質，增加顧客滿意度，以提升競爭力。

關鍵詞：服務品質，顧客滿意度，臺灣高鐵

## 壹、緒論

### 一、研究背景與動機

台灣地區地狹人稠，人口及社經之持續發展，均主要集中在成帶狀發展之西部走廊，南北向之城際運輸需求量極大。社會大眾對時間價值日漸重視，對高品質、快速、安全的運輸服務之期盼更為殷切。台灣南北長途交通工具，除高速公路及台鐵之外，還有國內民航，但以長途高速客運的需求量而言，未來西部走廊之高速運輸市場如果需求量不夠大。但預估至民國一百年，國內每日長途高速客運需求量將超過現有航空運能之數倍。到時候這些高速客運需求，除非有其他替代性交通工具予以滿足，否則便需被迫利用速度較慢的高速公路或傳統鐵路，以致發生難以估量的社會成本。因此有必要引進更新的、更合適的長程交通工具，來滿足未來西部走廊南北運輸的需求。故台灣高速鐵路股份有限公司（簡稱台灣高鐵）乃於民國八十七年五月正式成立。

由於台灣高鐵是一營運時速 200 公里以上的鐵路系統。其具下列五項優點（奇摩雅虎網站 2009）：

#### 1. 高運能：

每日可載三十萬人次以上，旅客運能為中山高速公路的 3.7 倍，為第二高速公路的 2.5 倍。



台灣高鐵的行駛速率每小時高達 300 公里以上，可將台灣南北時間縮短為 90 分鐘以內。

先進之行車控制系統可確保高度準時。

高速鐵路具有專用路權之導軌系統，結合自動行車控制之功能，相較於其他運具而言，較不受天候影響。

台灣高速鐵路行駛專用路權，以中央行車控制中心集中調度車輛，並配備自動行車控制系統及緊急自動架駛裝置，路線沿線均設有地震、強風、落石、豪雨、熱軸等偵測器，可防範各種緊急狀況，故整體營運安全度最高。

然而依新聞中心（2009）報導：台灣高鐵設立至今狀況不斷，計有：

在高鐵里程 TK9+020 處發現有一接線套管鬆脫導致電力跳脫之電車路線短路事件。

台灣高鐵 408 次列車由左營站出發時，因車門關閉顯示燈出現異常，而未能排除，乃延誤發車，造成旅客時程耽誤。

高鐵一輛編號 TW2236 之維修工程車於苗栗站疑似因煞車力不足，導致地一輪軸脫軌。

台灣高鐵橫跨彰化平原數百公頃農地，因高架工程沒融入原有水利與農路系統，造成灌溉系統、運輸農路慘遭破壞。經民眾多

次陳情，高鐵公司卻沒改善。

5.2007-04-11：

台灣高鐵板橋站地下一樓西側進站區變電站的配電盤內電容器，發生起火冒煙事故。

6.2007-07-08：

道岔系統頻出現異常。

7.2008-02-28：

停電造成轉轍器故障。

8.2008-08-24：

從高雄左營出發行經苗栗路段時的 426 編號列車又發生故障，乘客在車上一直等到兩點左右，才有一輛接駁車前來支援。

9.2008-08-25：

北上 426 班次在新竹以南 102 公里處，突然發現車門訊號異常，倒退回苗栗。

10.2008-10-31：

地震、爆裂物列車調度大亂。

11.2009-01-11：

轉轍器訊號異常

12.2009-01-17：

高雄段工程車追撞。

13.2009-03-06：

高鐵南下路段嘉義站附近晚上 6 時 27 分轉轍器出現訊號異常，改採單線雙向通車。

14.2009-03-07：

轉轍器訊號異常。

15.2009-10-21：

高雄捷運紅線北上編號 169170 線經巨蛋站發生列車停擺事件，故障車被拖離檢測

全線暫時以單線雙向輸運。

16.2009-10-26：

文湖線一列由馬特拉系統改裝電聯車，晚間在木柵機廠測試時出軌，但迄今未見捷運局檢討報告。

17.2009-11-05：

高鐵受到地震影響營運，台灣南部以下停駛恢復速度緩慢應變能力不好。

## 二、研究目的

基於上述研究動機與背景，本文之研究目的如下：

1. 分析服務品質構面之形成因素。
2. 萃取顧客滿意度構面的組成因素。
3. 以台灣高鐵為個案，嘗試制定顧客滿意

度之服務品質策略，供台灣高鐵公司調整營運策略之參考。

## 貳、文獻回顧

### 一、服務品質相關文獻

Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)歸納近代服務品質文獻，認為服務品質應具有下列的特徵：

1. 服務品質對消費者而言比產品品質還要難評估。
2. 消費者對服務品質的知覺，是經由比較消費者預期與實際服務績效所決定。
3. 品質的評估並不是單由服務的產出來判斷，實際上還應該考慮服務的傳遞過程。

為對服務品質有更進一步的認識，茲將各學者的論點整理如下表：

表 2-1 服務品質相關名詞定義摘要表

學者協會或組織	「服務品質」定義內容
Juran(1974)	將服務的品質由對使用者的效果及影響，分為內部品質、硬體品質、軟體品質、即時反應、心理品質五個範疇。
Sasser(1978)	指出服務品不僅包最後的結果，還包括提供服務的方式。且由於服務業產出的無形性、不可儲存性、顧客參與服務過程程度高等特性，會影響服務產出的品質。
Zimmerman(1980)	將有形產品品質管制的看法運用於服務品質的界定，認為符合適用性、複製能力、及時性、滿足終顧客及合乎原先設定規格能力的五項條件的服務內容，方能構成完善服務品質。
Oliver(1981)	認為服務品質不同於滿意水準。服務品質可說是消費者對於事物較具延續性的評價，而滿意水準則是消費者對於事物的一種暫時性、情緒性的反應。
Churchill & Suprenant(1982)	服務品質為消費者對於服務的滿意程度，決定於實際的服務與原來期望之差異。
Gronroos(1982)	服務品質的構成不單只是重視服務的結果，尚須評估服務的過及服務的傳遞方式，服務品質是一種評估服務過程、傳遞方式與服務結果的綜合評價。
Garvin(1984)	服務品質是一種主觀認知的品質，並不客觀。
Holbrook & Corfman(1985)	服務品質是「顧客對於事物主觀的反應，是一種知覺品質，並非客觀品質，同時亦表示服務品質往往無法量化衡量」。
Parasuraman, Zeithaml & Berry(1985)	知覺服務品質是顧客期望與實際服務表現相比較的結果。
Cronin & Taylor(1992)	認為服務品質是由服務執行的績效來做衡量，並不需再與期望的服務水準做比較。
林陽助	認為是消費者對服務整體優越程度之評價，它是一種認知性的品質，不同客觀的品質。
Wakefield(2001)	認為服務品質是服務的期望與實際間的差異，服務品質會同時影響提供服務的態度及地點。
簡大濤 (2004)	決定於其對事前服務品質所抱持的期待(事前期待)，與實際所感受到的服務(知覺績效)間的比較。

資料來源：本文之研究



至於服務品質的衡量構面，因各學者的

切入點不同而顯得相當分歧。透過文獻整理後，歸納成下表

表 2-2 服務品質衡量構面之文獻

Gronroos(1984)	1. 技術品質	顧客實際從服務中獲得什麼樣的品質
	2. 功能品質	顧客如何獲得服務的品質
	3. 公司形象	顧客對公司形象的評價
Martin(1986)	1. 程序	預防、及時、有組織的流程、溝通、顧客回饋、監督
	2. 友善	態度、專心、講話的語氣、肢體語言、叫得出顧客名字、引導、建議性行銷、解決問題、機智
Parasuraman, Zeithaml, and Berry(1988)	1. 有形性	實體設施、設備及人員的外表
	2. 可靠性	可靠及正確地執行所保證服務的能力
	3. 反應性	幫助顧客及提供快速服務的意願
	4. 保證性	員工的知識和禮貌，及令顧客感到信任的能力
	5. 關懷性	關心及給予顧客個別的注意
Haywood-Farmer(1988)	1. 實體設備過程和程序	地理位置、服務場所大小、設備可靠性、流程的控制與彈性、服務的速度、服務的範圍以及溝通性(書寫)
	2. 服務人員的行為與歡愉性	溝通、態度、衣著、禮節、處理抱怨和解決問題
	3. 專業性判斷	診斷、革新、信任、辨別和知識技能

資料來源：鄧維兆，林芷郁（民 94）

## 二、顧客滿意度相關文獻

Cardozo(1965) 是最早將顧客滿意的概念引進到行銷學的範疇，其提出良好的顧客

滿意會增加消費者再購行為。而學者們對顧客滿意度的研究亦可整理成表 2-3。

表 2-3 顧客滿意度之文獻

Handy 及 Raff (1975)	認為顧客滿意涉及許多不同的構面與因素，不同意單一整體滿意度衡量方法，而國內相關文獻，大多著重在服務業上。
Parasuraman, Zeithaml & Berry(1988)	認為知覺服務品質是顧客期望與實際感受到到的服務成果相比較的結果，也是顧客主觀上對服務的長期整體性評估。
黃美卿 (1998)	探討銀行業滿意度對顧客忠誠行為之影響，滿意度的五大構面為「人員」、「服務」、「產品」、「整體的表現」、「與理想中接近」。
郭德賓 (1999)	探討影響服務業顧客滿意的相關因素，發展服務業顧客滿意評量模式，其中影響服務業顧客滿意的主要因素包含「服務之內容」、「服務之設備」、「服務過程」、「服務人員」、「服務設備」、「便利性」、「價格」七大構面。
許愛愛	研究印刷連鎖店顧客滿意度，衡量影響印刷連鎖店顧客之構面為「專業面」、「態度面」、「確實面」、「回應面」、「廣告面」、「回應面」、「體貼面」。
鐘瑄容 (2001)	探討不同之網際商店類型之顧客滿意度及忠誠度關係，其顧客滿意度構面分「品牌滿意度」、「上網滿意度」。
詹景棋 (2001)	探討我國航空公司，搭乘旅客對航空公司所提供的服務之滿意度與再次搭乘的意願，影響顧客滿意的主要因素有「專業表現」、「公司形象」、「知覺品質」、「產品齊全」、「服務水準」、「便利導向」。
徐英倫 (2002)	探討高雄市固網電信顧客滿意度以「個人因素」、「服務」、「價格」、「產品」、「情境」為研究之構面。
洪嘉蓉 (2004)	探討中華電信 ADSL 顧客滿意度以「明智選擇」、「選擇滿意」、「實際與預期服務一致」、「抱怨處理滿意」為四大構面。

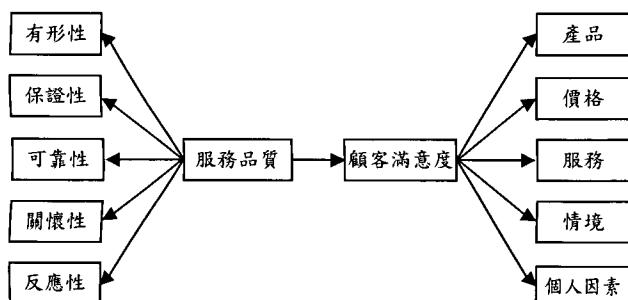


蔡維修 (2005)	探討體驗行銷、顧客價值、顧客滿意度與行為意向關係之研究
李明賢 (2007)	探討房屋仲介業對顧客抱怨與抱怨處理之研究
何昇協 (2008)	探討消費者對銀行理財服務的購買動機、認知、涉入及意願之研究，其研究涵義歸為「有形性」、「反應性」、「保證性」、「關懷性」、「可靠性」
吳應明 (2009)	探討消費者對透天別墅的購買動機、認知、涉入及意願之研究－以代銷為例

資料來源：本文之研究

## 參、研究方法

### 一、研究架構

圖 3-1 本研究之操作性架構  
資料來源：本研究整理

### 二、研究流程



### 三、研究假說

本研究為找出服務品質、顧客滿意度二者之間的相關性，故根據文獻回顧、研究架構與研究目的，歸納建立的假說如下：

研究假說一：顧客人口統計變數對服務品質構面有顯著的差異

假說 1-1：性別不同的顧客對服務品質構面有顯著的差異

假說 1-2：年齡不同的顧客對服務品質構面有顯著的差異

假說 1-3：教育程度不同的顧客對服務品質構面有顯著的差異

假說 1-4：職業不同的顧客對服務品質構面有顯著的差異

假說 1-5：個人每月所得不同的顧客對服務品質構面有顯著的差異

研究假說二：顧客人口統計變數對滿意度構面有顯著的差異

假說 2-1：性別不同的顧客對滿意度構面有顯著的差異

假說 2-2：年齡不同的顧客對滿意度構面有顯著的差異

假說 2-3：教育程度不同的顧客對滿意度構面有顯著的差異

假說 2-4：職業不同的顧客對滿意度構面有顯著的差異

假說 2-5：個人每月所得不同的顧客對滿意度構面有顯著的差異

研究假說三：服務品質構面對顧客滿意度具正向顯著性影響

### 四、樣本結構分析



本研究發放 220 份正式問卷，收回 189 份問卷，後經扣除填答不全等之無效問卷 39 份，有效回收問卷為 150 份。且就有效樣本的結構屬性說明如下：

- 就「性別分配」來看，以男性為 40.7%，女性為 59.3%。
- 就「年齡分配」而看，主要集中在 21 - 40 歲之間佔了總樣本的 69.3%，其中 21 - 30 歲為最多佔了 44%；其次 31 - 40 歲佔了 25.3%。
- 就「職業」分佈，服務業佔樣本的 24.7%，學生佔了 24.7%，工商業佔了 14%，其他佔了 14%，公教佔了 13.3%。

## 五、信度及效度分析

### 1. 信度檢測

信度主要是用來檢測問卷結果的一致性及可靠性。一般常以 Cronbach's  $\alpha$  來衡量同一構念下各項目之間的一致性程度，Cronbach's  $\alpha$  值係數介於 0 到 1 之間， $\alpha$  值越大表示信度越高，而本研究 Cronbach  $\alpha$  值均大於 0.7，表示信度良好，表 3-1 為各變數信度值。

表 3-1 本研究各變數之信度值

變數名稱	Cronbach's $\alpha$
服務品質	0.876
顧客滿意度	0.841

資料來源：本文之研究

### 2. 效度分析

本研究主要以內容效度為主，內容效度旨在有系統的檢查問卷內容的適切性，意指衡量工具能夠涵蓋主題的程度，因此需要收集夠多的項目，來概括所需衡量之變數，之後將針對內容加以修正，以得到最佳的衡量工具。故本研究中以理論為基礎建立各內容項目，透過理論、實證及文獻探討等，來確保各變數之重要性及完整性，所以本問卷符合內容效度之要求。

### 2. 效度分析

本研究主要以內容效度為主，內容效度旨在有系統的檢查問卷內容的適切性，意指衡量工具能夠涵蓋主題的程度，因此需要收集夠多的項目，來概括所需衡量之變數，之後將針對內容加以修正，以得到最佳的衡量工具。故本研究中以理論為基礎建立各內容項目，透過理論、實證及文獻探討等，來確保各變數之重要性及完整性，所以本問卷符合內容效度之要求。

## 肆、研究結果

透過單因子變異數分析，本文之實證結果如下表：

表 4-1 樣本特性對服務品質之單因子變異數分析

服務品質	性別	年齡	教育程度	職業	個人每月所得
高鐵員工服裝整潔	.103	.023*	.031*	.280	.070
高鐵環境設施乾淨、舒適	.199	.163	.002*	.566	.325
服務平台符合乘客需求	.879	.608	.009*	.322	.768
櫃檯人員的專業知識	.385	.363	.536	.500	.401
技術人員的專業知識	.999	.012*	.013*	.914	.714
櫃檯人員的服務態度	.929	.729	.167	.673	.271
技術人員的服務態度	.600	.355	.054	.440	.471
櫃檯人員的溝通能力	.339	.447	.613	.691	.038*
員工能提供旅客滿意的服務	.599	.816	.265	.891	.222
員工會迅速處理事故與狀況	.621	.765	.384	.871	.259
網站可以協助旅客乘車等事項	.404	.846	.146	.098	.662
高鐵列車行車速度	.942	.482	.697	.803	.101
高鐵列車故障率	.808	.101		.884	.632
高鐵車票價格合理	.830	.868	.367	.449	.458
高鐵嚮導指標明確	.518	.387	.301	.594	.185
車次時間的安排是方便的	.621		.024*	.970	.435
員工會主動關心我乘車需求感受	.079	.797	.012*	.097	
高鐵員工了解旅客的需求	.577	.268			.935
購票系統等候時間	.951	.879	.678	.372	.706
設備技術維修諮詢處理速度		.008*	.156	.523	.429
業務諮詢處理速度	.881	.113	.044*	.076	.072

\*P<0.05：顯著

資料來源：本文之研究



接著，採取線性迴歸法進行係數估計，其結果如下表：

表 4-2 服務品質與顧客滿意度構面之係數值與顯著性分析

模式	未標準化 係數 $\beta$ 之 估計值	標準誤	標準化 係數 $\beta$ 分配	t 值	顯著性
(常數)	1.190	3.673		.324	
高鐵員工服裝整潔	2.006	.796	.167	2.520	.013*
高鐵環境設施乾淨、舒適	.541	.792	.048	.683	.496
服務平台符合乘客需求	1.602	.616	.165	2.599	
櫃檯人員的專業知識	.431	.834	.035	.516	.607
技術人員的專業知識		.761	.092	1.344	.181
櫃檯人員的服務態度	.158	.701	.016	.226	
技術人員的服務態度	2.125	.802	.182	2.649	.009*
櫃檯人員的溝通能力	-.240	.725	-.025	-.331	.741
員工能提供旅客滿意的服務	-.604	.834	-.052	-.724	.470
員工會迅速處理事故與狀況	.925	.748	.089	1.236	.219
網站可以協助旅客乘車等事項	1.159	.518	.140	2.236	.027*
高鐵列車行車速度	1.921	.718		2.677	.008*
高鐵列車故障率	.755	.562	.077	1.342	.182
高鐵車票價格合理	1.065	.500	.115	2.130	.035*
高鐵嚮導指標明確	1.218	.594	.127	2.051	.042*
車次時間的安排是方便的	-.391	.588	-.042		.508
員工主動關心我乘車需求感受	1.061		.118	1.743	.084
高鐵員工了解旅客的需求	.289	.641	.031	.450	.653
購票系統等候時間	.390	.569	.046	.685	.494
設備技術維修諮詢處理速度	.518		.050	.699	.486
業務諮詢處理速度	-.124	.757	-.012	-.164	.870

依變數：顧客滿意度

\* 表  $P < 0.05$ ：顯著

資料來源：本文之研究

## 伍、結論與建議

### 一、結論

- 顧客人口統計變數對服務品質構面有顯著的差異（部分成立）
  - 「性別」、「職業」對服務品質之各因素構面皆無顯著差異。
  - 「年齡」對服務品質之「高鐵員工

「服裝整潔」、「技術人員的專業知識」、「設備技術維修諮詢處理速度」構面有顯著差異。

- 「教育程度」對服務品質之「高鐵員工服裝整潔」、「高鐵環境設施乾淨、舒適」、「服務平台符合乘客需求」、「技術人員的專業知識」、「車次時間的安排是方便的」、「業務諮詢處理速度」、「高

「鐵員工了解旅客的需求」、「員工會主動關心我乘車需求感受」構面有顯著差異。

(4)「個人每月所得」對服務品質之「櫃檯人員的溝通能力」構面有顯著差異。

2. 顧客人口統計變數對顧客滿意度構面有顯著的差異(部分成立)

- (1)「性別」對顧客滿意度之各因素構面皆無顯著差異。
- (2)「年齡」對顧客滿意度之「高鐵車站地點適中」構面之滿意程度有顯著差異。
- (3)「教育程度」對顧客滿意度之「高鐵車站地點適中」、「高鐵票價是合理的」、「高鐵服務人員之服務態度」、「購票機之使用說明」、「看到宣傳廣告會嘗試搭乘」構面之滿意程度有顯著差異。
- (4)「職業」對顧客滿意度之「高鐵服務人員之服務態度」構面之滿意程度有顯著差異。
- (5)「個人每月所得」對顧客滿意度之「對高鐵的品牌形象感」、「高鐵的可靠性很高」構面之滿意程度有顯著差異。

3. 服務品質構面對顧客滿意度具正向顯著性影響(部分成立)

由於整體模式「高鐵員工服裝整潔」、「服務平台符合乘客需求」、「技術人員的服務態度」、「網站可以協助旅客乘車等事項」、「高鐵列車行車速度」、「高鐵嚮導指標明確」、「高鐵車票價格合理」P值已達顯著水準( $P<0.05$ )，說明整體服務品質各構面對顧客滿意度具有顯著影響力，此外判定係數為0.640代表服務品質構面具有解釋整體顧客滿意度64%變異之能力。服務品質構面多為正數，代表其對顧客滿意度都是正向的影響關係。

二、依本文研究結果，擬對台灣高鐵建議如下：

1. 在「保證性」構面上：

大體上營業櫃台人員、障礙維修人員服務態度大多受到正面的評價，而在專業的知識及溝通能力上，障礙維修人員評價高於營業櫃台人員，故櫃台人員之技術等專業素養有待提升，隨時施以教育訓練。

2. 在「回應性」構面上：

技術諮詢速度及業務諮詢處理速度尚有加強空間，而障礙維修速度需再進一步加強，若障礙問題發生在車體本身大都能在極短的時間內排除，倘若出現在一些小問題上則需提高維修速度。

3. 在「關懷性」構面上：

營業場所地點便利、列車車次時間及停駛路線尚稱滿意，但列車車次時間及購票等候時間尚有改進加強的空間，櫃台應視客戶之多寡，機動調整服務人員，緩和顧客等待焦慮感。

4. 在「可靠性」構面上：

在目前而言，高鐵的列車尚有減低故障率的努力空間，另外應加強設備品質的維護及人員服務品質，提升顧客的滿意度。

5. 在「情境」構面上：

在品牌形象、知名度、可靠性上普遍受到認同，但不否認時尚年輕人多樣化、差異化、個性化，以及勇於嚐鮮的性格也值得注意，如何繼續維持品牌形象、知名度、可靠性需要多用心。

6. 在「價格」構面上：

品牌領導者的價格通常會高仿其它非領導者，也是大部份消費者覺得價格偏高的原因，建議在價格無法降低時，是否考慮對顧客提升一些附加價值，讓顧客能感到物超所值。



## 參考文獻

### 網站部份

1. 台灣高鐵，2007，<http://www.thsrc.com.tw/tw/index.htm>
2. 奇摩雅虎，2007，<http://www.yahoo.com.tw>
3. 奇摩雅虎，2007，<http://www.hsr.gov.tw/>
4. 奇摩雅虎，2007 <http://www.tccg.gov.tw/site/40c5258c/files/nantun.doc>

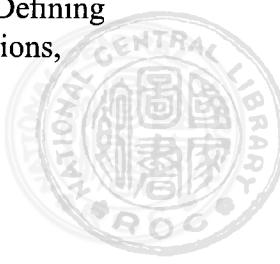
### 中文部份

1. 林陽助，顧客滿意度決定模式與效果之研究 - 台灣自由小客車之實證。國立台灣大學商學研究所博士論文 (1996)。
2. 周泰華、黃俊英、郭德賓，「服務品質與顧客滿意評量模式之比較研究」，輔仁管理評論，第六卷，第一期，第 37-68 頁 (1999)。
3. 翁崇雄，服務品質評量模式之比較研究，中山管理評論 2000 年春季號，第 8 卷，第 1 期，頁 105-12(1997)。
4. 許慧娟，顧客滿意、服務品質與服務價值關係之研究 - 零售產業之實證，中原大學企業管理研究所碩士論文 (1994)。
5. 許雯雯，印刷連鎖店顧客滿意度之研究，中國文化大學印刷傳播研究所未出版碩士論文 (2000)。
6. 黃美卿，銀行業關係價值 - 忠誠度模式之實證研究，雲林科技大學企業管理技術研究所未出版碩士論文 (1998)。
7. 洪嘉蓉，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，大葉大學資訊管理學系碩士論文 (2004)。
8. 蔡維修，體驗行銷、顧客價值、顧客滿意度與行為意向關係之研究，朝陽科技大學企業管理系碩士論文 (2005)。
9. 何昇協，消費者對銀行理財服務的購買動機、認知、涉入及意願之研究，朝陽

10. 李紋玲，網路書店服務品質對滿意度及購買意願之關係 - 以台北市網路書店為例，大同大學事業經營學所碩士論文 (2008)。

### 英文部份

1. Bolton, R. N. and J. H. Drew, "A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes," *Journal of Marketing*, Vol. 55, pp. 9 (1991)
2. Chenet, P., Tynan, C. and Money, A., Service Performance Gap: Re-evaluation and Redevelopment, *Journal of Business Research*, Vol. 46, No. 2, pp.133-147.(1999)
3. Fisk, R. P., Brown S. W., and Bitner, M. J., Tracking the Evolution of the Services Marketing Literature, *Journal of Retailing*, Vol. 69, No. 1, pp.61-103.(1993)
4. Gronroos, C., An applied service marketing theory, *European Journal of Marketing*, Vol. 16, No. 7, pp.30-41.(1982)
5. Haywood-Farmer, J., "A Conceptual Model of Quality", *International Journal of Operations & Production Management*, pp.19-29.(1988)
6. Kotler, P., "Marketing Management Analysis Planning, Implementation and Control," Prentice-Hall, pp.433-437.(1997)
7. Oliver, R. L., "Cognitive, Affective and Attribute Bases of the Satisfaction Response," *Journal of Consumer Research*. Vol.20, pp418-430. (1993)
8. Ostrom, A., & Iacobucci, D.. Consumer trade, offs, and evaluation of services. *Journal of Marketing*, pp59.(1985)
9. Parasuraman,A.,Valarie A. Zeithaml, & L. Berry, "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality", *Journal of Marketing*, vol.52, p46 , (1988)
10. Reeves, C. A. and Bednar, D. A., Defining Quality: Alternatives and Implications,



9. Parasuraman,A.,Valarie A. Zeithaml, & L. Berry, "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality", Journal of Marketing, vol.52, p46 ,(1988)
10. Reeves, C. A. and Bednar, D. A., Defining Quality: Alternatives and Implications, Academy of Management Review, Vol. 19, No. 3, pp.419-45.(1994)
11. Wakefield. Robin L. Measuring Service Quality: A Rexamination and Extension The CPA Journal 2001.
12. Zeithaml, V. A. , Leonard L. Berry and Robert A. Parasursman, "The Behavior Consequences of Service Quality," Journal of Marketing, Vol. 60, pp.31-46.(1996)

## The Research on the Relationship between Service Quality and Consumers' Satisfaction' An Empirical Case Study with Taiwan High Speed Rail

Yi-Chun Weng

Department of Business Administration Associate Professor,  
The Overseas Chinese University  
No.100,Chiao Kwang Road,Taichung,407, Taiwan,R.O.C.  
E-mail: icwong@ocu.edu.tw

Jia-Yu Lu

Graduate School of Management Graduate Student  
The Overseas Chinese University.  
No.100,Chiao Kwang Road,Taichung,407, Taiwan,R.O.C.

### Abstract

Operating of the High Speed Railway is a huge change in Taiwan history. Whether it's lifestyle, the surrounding real, north and south, as well as the impact of other transport industry, all are worth discussing, because the Taiwan High Speed Rail will act an important role in Taiwan future economic structure.

This study was aimed at in 2009 in Taiwan High Speed Rail will act an important role in Taiwan future economic structure. This study was aimed at in 2009 in Taiwan High Speed Rail consumers, using convenience sampling method to investigate.

This study issued 220 copies of the official questionnaire, the recovery of 189 questionnaires were incomplete and after the respondents had been deducted 39 invalid questionnaires, 150 valid questionnaires were recovered. "visibility", "guarantee", "reliability", "concern" , "reactivity" five factors and customer satisfaction, includes "products", "price", "service" "Circumstances" and "personal factors" five factors for analysis.

Department of research methods adopted single-factor analysis of variance and regression analysis to study.

Through a sample of the empirical results, the results found that:

1. Customer demographic variables on the service quality dimensions were significantly different (partially)
2. Customer satisfaction dimensions of the demographic variables were significantly different (partially)
3. The face of customer satisfaction with service quality conformation significant positive effect (partially)

Therefore, the Taiwan High Speed Rail Corporation is bound to improve service quality and increase customer satisfaction, to enhance competitiveness.

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, the Taiwan High Speed Rail

