

致理技術學院保險金融管理系
風險管理與保險實務專題

影響網路交易顧客滿意度與忠誠度之研究
- 以證券業為例

指導老師：金寶玲 老師

學生：張嘉哲 89712506

陳維良 89712531

李家楹 89712533

程琬淳 89712538



目 錄

摘要	I
目錄	II
表目錄	IV
圖目錄	V
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的與範圍	2
第三節 研究方法與流程	3
第二章 文獻探討	5
第一節 傳統券商與網路券商差異	5
第二節 網路下單現況	7
第三節 服務品質認知、價格認知與顧客滿意度	14
第四節 顧客忠誠度	27
第五節 各構面之間的關係及影響	28
第三章 研究方法	32
第一節 研究架構與研究假說	32
第二節 各變數之操作性定義	34
第三節 問卷設計	39
第四節 抽樣設計	40
第五節 統計方法簡介	41
第四章 資料分析	43
第一節 樣本基本資料分析	43

第二節	信度檢驗·····	45
第三節	各人口統計變項對滿意度及忠誠度之差異分析···	47
第四節	價格認知、服務品質認知與顧客滿意度、顧客 忠誠度之相關分析·····	48
第五章	結論與建議·····	51
第一節	研究結論·····	51
第二節	研究建議·····	54
參考文獻	·····	56
附錄	本研究問卷·····	61

表目錄

表2-1	以券商觀點經營電子券商與傳統券商之差異	6
表2-2	以傳統下單與網路下單之比較	8
表2-3	傳統下單與網路下單之手續費比較表	13
表2-4	服務定義彙總表	15
表2-5	品質定義彙總表	16
表2-6	服務品質定義彙整表	17
表2-7	SERVQUAL 服務品質之五構面	18
表2-8	e-SERVQUAL的構面和內容	21
表2-9	eTailQ 構面及內容	21
表2-10	整體顧客滿意度定義	25
表2-11	整體顧客滿意度的構面	26
表3-1	eTailQ服務品質之衡量題項	35
表3-2	服務品質認知之衡量題項	36
表3-3	價格認知之衡量題項	37
表3-4	顧客滿意度之衡量題項	38
表3-5	顧客忠誠度之衡量題項	39
表3-6	樣本回收數統計	40
表4-1	樣本基本資料統計	44
表4-2	信度分析	46
表4-3	人口統計變項對滿意度之差異分析表	47
表4-4	人口統計變項對忠誠度之差異分析	48
表4-5	價格認知與服務品質對於顧客滿意度之迴歸分析摘要表	49

表4-6 價格認知與顧客滿意度對於顧客忠誠度之迴歸分析摘要表 50

圖目錄

圖1-1 研究流程.....	4
圖2-1 顧客認知品質與顧客滿意度關係圖	29
圖3-1 研究架構	33