

第三章 研究方法

本研究的主旨在探討服務補救之認知公平對消費者態度及行為的影響。依據研究目的及文獻探討，本章共分成六節。第一節為研究架構；第二節為研究假設；第三節為研究對象；第四節為研究設計；第五節為研究工具；第六節為資料處理。

第一節 研究架構

依據研究目的及文獻探討，服務補救方法包括補償、補救速度、道歉三種方式，及知情選擇。認知公平包括分配公平、程序公平、互動公平及資訊公平。消費者態度及行為包括、服務補救後滿意度、再購意願、正面口碑及負面口碑。而分配公平受補償影響；程序公平受補救速度影響；互動公平受道歉影響；資訊公平受知情選擇影響。服務補救方法及知情選擇透過認知公平影響服務補救後滿意度及再購意願，以及服務補救後滿意度更進一步會影響再購意願、正面口碑和負面口碑。擬定本研究之研究架構，如圖 3-1-1 所示。

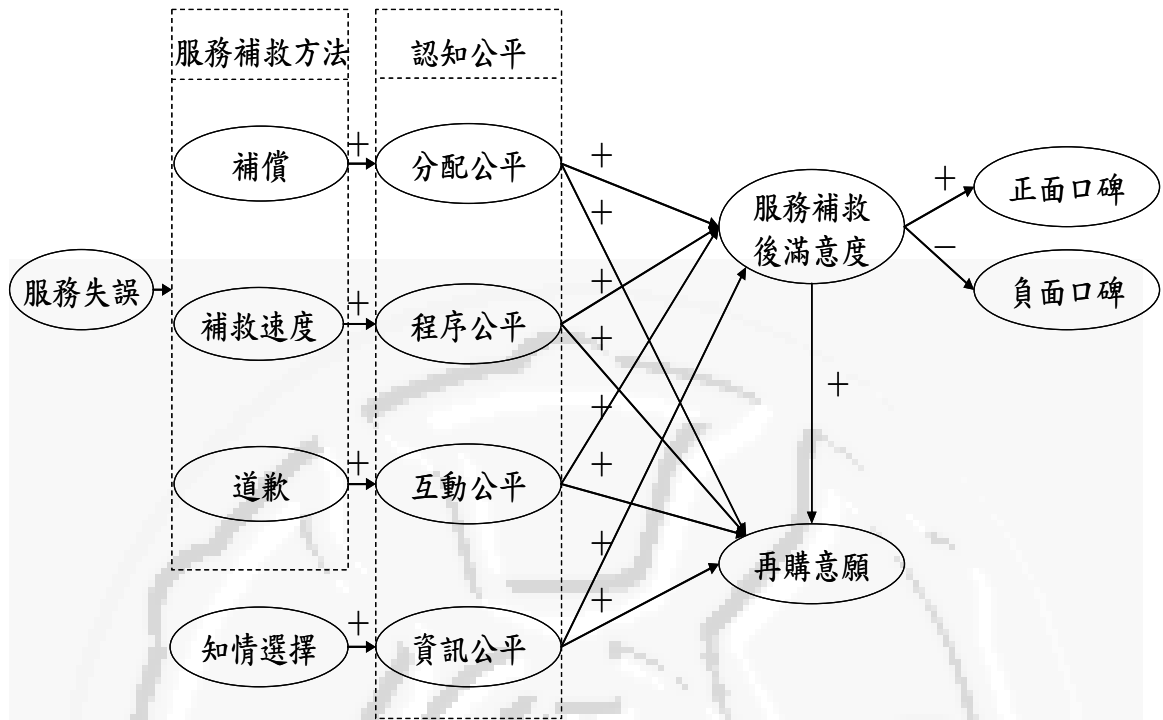


圖 3-1-1 研究架構

第二節 研究假設

根據本研究之目的與研究架構，將研究假設分別敘述如下：

假設一：服務補救方式對認知公平具有顯著影響。

服務補救方式和認知公平構面關係如下：分配公平受服務補救方式中補償效果的影響，程序公平和補救回應的速度有關，互動公平受服務補救方式中道歉的影響 (Smith et al., 1999)。本研究針對服務補救方式對認知公平的影響之推論如下：

假設 1-1：補償對分配公平具有顯著影響。

假設 1-2：補救速度對程序公平具有顯著影響。

假設 1-3：道歉對互動公平具有顯著影響。

假設二：知情選擇對資訊公平具有顯著影響。

知情選擇是業者提供充分的資訊幫助顧客做決定 (Mattila & Cranage, 2005)，可減輕服務失誤所造成的影響 (Cranage & Sujun, 2004; Cranage, 2004b)。Mattila 與 Cranage (2005) 研究顯示知情選擇與資訊公平有關。

假設三：認知公平對服務補救後滿意度具有顯著影響。

過去的研究顯示認知公平會影響服務補救後的滿意度，且認知公平的三個構面和服務補救後滿意度呈正相關 (Tax et al., 1998; Smith et al., 1999; Mattila, 2001)。Mattila 與 Cranage (2005) 針對餐飲業所進行研究，指出公平理論的四個構面包含分配公平、程序公平、互動公平及資訊公平，對服務

補救後滿意度的變異量解釋力高達 65%。故本研究針對認知公平對服務補救後滿意度的影響，作下列之推論：

假設 3-1：分配公平對服務補救後滿意度呈正向相關。

假設 3-2：程序公平對服務補救後滿意度呈正向相關。

假設 3-3：互動公平對服務補救後滿意度呈正向相關。

假設 3-4：資訊公平對服務補救後滿意度呈正向相關。

假設四：認知公平對再購意願具有顯著影響。

過去的研究顯示認知公平中的程序公平及互動公平會影響顧客的再購意願 (Teo & Lim, 2001)，而分配公平及互動公平與再購意願有關(Blodgett et al., 1997)。除此之外，在國內的研究顯示，無論是分配公平、程序公平或是互動公平，皆與再使用意願呈正向關係 (馮淑美，民 94)。其提供知情選擇與完整資訊可於服務失誤發生後，維持或增加顧客忠誠度 (Cranage, 2004b)，而提供知情選擇給顧客時，在服務失誤後會比沒有選擇的顧客，擁有更高的忠誠度 (Cranage & Sujana, 2004)。因此提供知情選擇給顧客時，會透過資訊公平影響顧客的再購意願。故本研究針對認知公平對再購意願的影響，作下列之推論：

假設 4-1：分配公平對再購意願呈正向相關。

假設 4-2：程序公平對再購意願呈正向相關。

假設 4-3：互動公平對再購意願呈正向相關。

假設 4-4：資訊公平對再購意願呈正向相關。

假設五：服務補救滿意度對再購意願、正面口碑及負面口碑具有顯著影響。

顧客愈滿意則較有可能再購 (Teo & Lin, 2001; Spreng et al., 1995) 及傳達正面口碑 (Spreng et al., 1995; Maxham III, 2001; Becker & Wellins, 1990)，而愈不滿意則愈可能傳達負面口碑 (Teo & Lin, 2001; Becker & Wellins, 1990; Richins, 1983)。故本研究針對服務補救後滿意度對再購意願、正面口碑及負面口碑的影響，作下列之推論：

假設 5-1：服務補救後滿意度對再購意願呈正向相關。

假設 5-2：服務補救後滿意度對正面口碑呈正向相關。

假設 5-3：服務補救後滿意度對負面口碑呈負向相關。

第三節 研究對象

本研究採用情境模擬之實驗設計，共有16種實驗操弄組別。並透過人際網絡，採用滾雪球抽樣方式，研究對象以上班族為主。將受試者隨機分派到不同情境，進行問卷調查，以瞭解服務補救之認知公平對消費者態度及行為的影響。正式問卷調查時間為民國95年4月7日至4月28日間，施測總人數為800人。

本研究問卷調查的進行方式是採用自陳問卷方法。在自陳問卷方法中，將問卷分發給研究者的朋友、親戚和同事。採用這種問卷分發之研究方法，可以用相對較低的成本來獲得大量的資訊，並且可以得到更精確的回覆。最後基於人際接觸關係，促使受試者較願意合作來完成問卷，亦可降低無效問卷的數量 (Lau & Ng, 2001)。

第四節 研究設計

一、實驗設計

本研究採用 $2 \times 2 \times 2 \times 2$ 之因子實驗設計，以模擬的故事情節來操弄變項，總共有 16 種實驗操弄組別。並請受試者閱讀 16 種餐廳服務情境模擬版本中的其中一種，服務失誤是以長時間的等待操作。16 種模擬情境包括 2 (補償) \times 2 (補救速度) \times 2 (道歉) \times 2 (知情選擇)，來探討服務補救之認知公平對消費者態度及行為的影響。

本研究採情境模擬之實驗設計(Smith et al., 1999 ; Blodgett et al., 1997 ; Maxham III, 2001)，來探討服務補救之認知公平對消費者後續態度及行為的影響。在許多過去的研究中，情境模擬之實驗設計可以減少因遺忘或記憶偏誤而產生的誤差 (Smith et al., 1999)，並且情境模擬方法在服務接觸文獻上具生態效度 (Bateson & Hui, 1992)。基於減少誤差，本研究即採用情境模擬之實驗設計。並且為了確保服務接觸的生態效度，必須確認受試者可以熟悉所描述情境的狀況。

本研究的實驗操弄包含三種服務補救方式 (補償、補救速度、道歉) 及知情選擇，分述如下：

(一) 補償

補償係指當一方在交易關係中權益受損時的恢復策略，例如折扣、免費、退回、折價券等 (Smith et al., 1999)。本研究將補償方式分為兩個操弄水準，補償 (來店免費一份餐點抵用卷) 及沒有補償。

(二) 補救速度

補救速度為業者的反應性和顧客等待服務補救的時間 (Smith et al., 1999)。本研究將補救速度分為兩個操弄水準，立即(3 分鐘以內)及延遲(約 30 分鐘)。

(三) 道歉

道歉係指業者在補救過程中，有理的溝通、關懷並認同顧客的感受 (Smith et al., 1999)。本研究將道歉分為兩個操弄水準，有道歉及沒有道歉。

(四) 知情選擇

知情選擇指的是業者是否提供充分的資訊幫助顧客做決定 (Mattila & Cranage, 2005)。本研究將知情選擇分為兩個操弄水準，在知情選擇的情境中，服務生告知顧客「如果點今日特餐的話，上菜速度會較快。如果選擇一般餐點，雖然選擇較多，但製備時間較久，上菜速度較慢，約需等 20 分鐘」，並請顧客點餐。而在不知情選擇的情境中，服務生沒有給予上菜速度的相關訊息，只請顧客點餐。

二、實驗組別

本研究以三種服務補救方式及知情選擇為實驗操弄的自變數。其中補償分為有補償及沒有補償；補救速度分為立即(3 分鐘以內)及延遲(約 30 分鐘)；道歉分為有道歉及沒有道歉；選擇分為知情選擇及不知情選擇。以上服務補救方式及知情選擇共設計出 16 種補救組合，即 16 種實驗情境，如表 3-4-1 所示。

表 3-4-1 實驗組別一覽表

		有補償(A)		沒有補償(B)	
		立即(C)	延遲(D)	立即(C)	延遲(D)
道 歉(E)	知情選擇 (G)	ACEG	ADEG	BCEG	BDEG
	不知情選擇(H)	ACEH	ADEH	BCEH	BDEH
沒有道歉(F)	知情選擇 (G)	ACFG	ADFG	BCFG	BDFG
	不知情選擇(H)	ACFH	ADFH	BCFH	BDFH

補償 — A：有補償；B：沒有補償

補救速度 — C：立即；D：延遲

道歉 — E：道歉；F：沒有道歉

知情選擇 — G：知情選擇；H：不知情選擇

第五節 研究工具

根據上述文獻回顧及研究目的，本研究之問卷設計內容主要分為操弄檢驗、「分配公平」、「程序公平」、「互動公平」、「資訊公平」、「服務補救後滿意度」、「再購意願」、「正面口碑」、「負面口碑」、虛擬情境的真實性與想像性及人口統計。第一次預試時間為民國 95 年 3 月 17 日至 3 月 24 日間，施測總人數為 112 人，回收有效樣本為 102 份，有效回收率 92.86%。第一次預試中部分操弄之檢定不成功，故對操弄檢定題項及對各量表的題項進行修正後，進行第二次預試。第二次預試時間為民國 95 年 3 月 31 日至 4 月 3 日間，施測總人數為 112 人，回收有效樣本為 92 份，有效回收率 82.14%。兩次預試結果分別說明如下：

一、第一次預試

為了測試操弄的成功與否，將三種服務補救方式（補償、補救速度、道歉）及知情選擇分為「不同意」和「同意」，分別給予 1、2 分。有關實驗操弄檢定部分，進行獨立樣本 t 檢定。

補償的操弄檢定題項為餐廳對服務失誤提出補償。補償區分為兩個操弄水準，沒補償 ($M = 1.35$)及有補償 ($M = 1.41$)，t 檢定的結果發現兩組平均數無顯著差異 ($t = -.548, p > 0.05$)。補救速度的操弄檢定題項為服務生的補救速度是迅速的。補救速度區分為兩個操弄水準，延遲 ($M = 1.33$)及立即 ($M = 1.56$)，t 檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異 ($t = -2.411, p < 0.05$)。道歉的操弄檢定題項為服務生對不良的服務道歉。道歉區分為兩個操弄水準，

沒有道歉 ($M = 1.35$)及有道歉 ($M = 1.57$)， t 檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異($t = -2.251, p < 0.05$)。知情選擇的操弄檢定題項為您獲得足夠供餐速度的資訊。知情選擇區分為兩個操弄水準，知情選擇情境 ($M = 1.52$)及不知情情境 ($M = 1.34$)， t 檢定的結果發現兩組平均數無顯著差異 ($t = -1.839, p > 0.05$)。綜觀上述，部分操弄未達顯著，因此，再進行第二次的預試。

「分配公平」、「程序公平」、「互動公平」、「資訊公平」、「再購意願」、「正面口碑」、「負面口碑」量表，皆採李克特七點量表，從「非常不同意」、「不同意」、「有點不同意」、「普通/沒意見」、「有點同意」、「同意」至「非常同意」，分別給予1、2、3、4、5、6、7分。問項中的反向題，予以反向計分。服務補救後滿意度，採李克特七點量表，從「非常不滿意」、「不滿意」、「有點不滿意」、「普通/沒意見」、「有點滿意」、「滿意」至「非常滿意」，分別給予1、2、3、4、5、6、7分。第一次預試問卷編制，茲說明如下。

(一) 分配公平

1. 編製基礎

分配公平指的是顧客關注於提出抱怨後所得到的結果 (Tax & Brown, 1998)。本研究參考 Smith et al. (1999)所採用的衡量方式，衡量題項共四題。分配公平之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-1 所示。

表 3-5-1 分配公平之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
分配公平	1. 您所接受到的補償是公平的。 2. 您沒有得到應得的補償。(R) 3. 在解決問題上，餐廳符合您的需求。 4. 您所接收的補償是不合宜的。(R)

資料來源：Smith et al. (1999)

(R) 為反向題

2. 信度、效度

將預試問卷之分配公平量表，共計四題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 66.465%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.831。

(二) 程序公平

1. 編製基礎

程序公平是指補救程序的政策、規定及顧客可能花費的時間 (Tax & Brown, 1998)。本研究參考 Smith et al. (1999) 所採用的衡量方式，衡量題項共二題。程序公平之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-2 所示。

表 3-5-2 程序公平之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
程序公平	1. 餐廳解決您的問題所花的時間，比一般所需時間還長。(R) 2. 餐廳以適當的彈性方式處理您的問題。

資料來源：Smith et al. (1999)

2.信度、效度

將預試問卷之程序公平量表，共計二題。經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數(Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.437。

(三) 互動公平

1.編製基礎

互動公平著重於抱怨過程中，顧客和員工的人際互動之關係(Tax & Brown, 1998)。本研究參考 Smith et al. (1999)所採用的衡量方式，衡量題項共四題。互動公平之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-3 所示。

表 3-5-3 互動公平之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
互動公平	1. 服務生適度地關切您的問題。
	2. 服務生沒有付出適當的努力解決您的問題。(R)
	3. 服務生與您的溝通是良好的。
	4. 服務生沒有給您應得的禮貌。(R)

資料來源：Smith et al. (1999)

(R) 為反向題

2.信度、效度

將預試問卷之互動公平量表，共計四題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 57.257%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數(Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.749。

(四) 資訊公平

1. 編製基礎

資訊公平是指足夠的認知和真實的訊息來解釋不利於結果的原因 (Colquitt, 2001)。本研究參考 Mattila 與 Cranage (2005) 所採用的衡量方式，衡量題項共五題。資訊公平之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-4 所示。

表 3-5-4 資訊公平之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
資訊公平	1. 服務生很坦承地和您溝通。 2. 服務生對過程的解釋是合理的。 3. 服務生詳細地解釋流程。 4. 服務生及時地和您溝通細節。 5. 服務生依照您的個別需求調整其溝通方式。

資料來源：Mattila & Cranage (2005)

2. 信度、效度

將預試問卷之資訊公平量表，共計五題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 73.439%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.908。

(五) 服務補救後滿意度

1. 編製基礎

服務補救後滿意度為在服務失誤發生後，顧客對某特定交易服務補救的措施，感到滿意的程度 (Boshoff, 1999)。本研究參考 Smith et al. (1999)所採用的衡量方式，衡量題項一題，題目為回想一下您所經歷的問題和餐廳對問題的處理方式。在這個特定的情況中，您對餐廳感到滿意嗎？

(六) 再購意願

1. 編製基礎

再購意願為顧客在未來傾向購買公司產品或服務的程度(Maxham III & Netemeyer, 2002)。本研究參考 Blodgett et al. (1997)所採用的衡量方式，衡量題項共三題。再購意願之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-5 所示。

表 3-5-5 再購意願之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
再購意願	1. 未來您會再度到這家餐廳消費。 2. 如果這個情況發生在您身上，您不會再來這家餐廳消費。(R) 3. 如果這個情況發生在您身上，您仍會再來這家餐廳消費。

資料來源：Blodgett et al. (1997)

(R) 為反向題

2. 信度、效度

將預試問卷之再購意願量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 72.699%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.804。

(七) 正面口碑

1. 編製基礎

正面口碑參考 Maxham III 與 Netemeyer (2002) 所採用的衡量方式，衡量題項共三題。正面口碑之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-6 所示。

表 3-5-6 正面口碑之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
正面口碑	1. 您會替這家餐廳作正面口碑。
	2. 您會推薦這家餐廳給您的朋友。
	3. 如果您朋友正在尋找餐廳用餐，您會告知他們可以試試這家餐廳。

資料來源：Maxham III & Netemeyer (2002)

2. 信度、效度

將預試問卷之正面口碑量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 91.425%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.95。

(八) 負面口碑

負面口碑參考 Blodgett et al. (1997) 所採用的衡量方式，衡量題項共三題。負面口碑之第一次預試問卷題目配置表，如表 3-5-7 所示。

表 3-5-7 負面口碑之第一次預試問卷題目配置表

變項	題目
負面口碑	1. 您會警告朋友和親戚別來這家餐廳消費。 2. 如這個情況發生在您身上，您會向朋友和親戚抱怨。 3. 如這個情況發生在您身上，您會請朋友和親戚別來這家餐廳消費。

資料來源：Blodgett et al. (1997)

2. 信度、效度

將預試問卷之再購意願量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 68.487%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.739。

二、第二次預試

為了測試操弄的成功與否，三種服務補救方式 (補償、補救速度、道歉) 及知情選擇採李克特五點量表，從「非常不同意」、「不同意」、「普通/沒意見」、「同意」至「非常同意」，分別給予 1、2、3、4、5 分，進行獨立樣本 t 檢定。

補償的操弄檢定題項為以點餐後等候 30 分鐘情況而言，餐廳對服務失誤提出補償。補償區分為兩個操弄水準，沒補償 ($M = 2.43$) 及有補償 ($M = 4$)，t 檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異 ($t = -7.898$, $p < 0.05$)。補救速度的操弄檢定題項為在您抱怨上餐速度太慢之後，餐廳的補救速度是迅速的。補救速度區分為兩個操弄水準，延遲 ($M = 2.36$) 及立即 ($M = 3.77$)，t

檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異 ($t = -6.058, p < 0.05$)。道歉的操弄檢定題項為服務生對不良的服務表示道歉。道歉區分為兩個操弄水準，沒有道歉 ($M = 2.49$)及有道歉 ($M = 4.02$)， t 檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異 ($t = -6.528, p < 0.05$)。知情選擇的操弄檢定題項為當您拿到菜單時，服務生提供您上餐速度的相關訊息。知情選擇區分為兩個操弄水準，知情選擇情境 ($M = 2.64$)及不知情選擇情境 ($M = 4.08$)， t 檢定的結果發現兩組平均數有顯著差異 ($t = -6.811, p < 0.05$)。綜觀結果，操弄是成功有效的。

有關「分配公平」、「程序公平」、「互動公平」、「資訊公平」、「再購意願」、「正面口碑」、「負面口碑」量表，皆採李克特七點量表，從「非常不同意」、「不同意」、「有點不同意」、「普通/沒意見」、「有點同意」、「同意」至「非常同意」，分別給予 1、2、3、4、5、6、7 分，問項中的反向題，予以反向計分。第二次預試問卷編制，茲說明如下。

(一) 分配公平

1. 編製基礎

分配公平參考 Smith et al. (1999) 所採用的衡量方式，衡量題項共四題。分配公平之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-8 所示。

表 3-5-8 分配公平之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
分配公平	1. 以點餐後等候 30 分鐘情況而言，您覺得受到的補償是公平的。
	2. 以點餐後等候 30 分鐘情況而言，您沒有得到補償。(R)
	3. 以點餐後等候 30 分鐘情況而言，您覺得餐廳的補償符合您的需求。
	4. 以點餐後等候 30 分鐘情況而言，您覺得所接收的補償是不適當的。(R)

資料來源：Smith et al. (1999)

(R) 為反向題

2. 信度、效度

將預試問卷之分配公平量表，共計四題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 72.837%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.8735。

(二) 程序公平

1. 編製基礎

程序公平參考 Maxham III 與 Netemeyer (2002) 所採用的衡量方式，衡量題項共四題。程序公平之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-9 所示。

表 3-5-9 程序公平之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
程序公平	1. 在您抱怨上菜速度太慢之後，餐廳迅速處理您的問題。
	2. 在您抱怨上菜速度太慢之後，餐廳適時處理您的問題。
	3. 在您抱怨上菜速度太慢之後，餐廳以立即的程序處理您的問題。
	4. 在您抱怨上菜速度太慢之後，餐廳以公平的程序處理您的問題。

資料來源：Maxham III & Netemeyer (2002)

2.信度、效度

將預試問卷之程序公平量表，共計四題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 80.398%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.9185。

(三) 互動公平

1.編製基礎

互動公平參考 Smith et al. (1999)所採用的衡量方式，衡量題項共四題。互動公平之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-10 所示。

表 3-5-10 互動公平之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
互動公平	1. 服務生適當關切上菜速度的問題。 2. 服務生沒有關切上菜速度的問題。(R) 3. 服務生與您的溝通態度是良好的。 4. 服務生沒有表示歉意。(R)

資料來源：Smith et al. (1999)

(R) 為反向題

2.信度、效度

將預試問卷之互動公平量表，共計四題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 68.101%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.8412。

(四) 資訊公平

1. 編製基礎

資訊公平參考 Mattila 與 Cranage (2005)所採用的衡量方式，衡量題項共五題。資訊公平之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-11 所示。

表 3-5-11 資訊公平之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
資訊公平	1. 當您拿到菜單時，服務生很坦承的和您溝通上菜速度的情形。
	2. 當您拿到菜單時，服務生對上菜速度的解釋是合理的。
	3. 當您拿到菜單時，服務生清楚的解釋送餐所需的時間。
	4. 當您拿到菜單時，服務生適時告知您送餐所需的時間。
	5. 當您拿到菜單時，服務生依您的需求說明其送餐所需時間。

資料來源：Mattila & Cranage (2005)

2. 信度、效度

將預試問卷之資訊公平量表，共計五題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 79.499%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.9348。

(五) 服務補救後滿意度

1. 編製基礎

服務補救後滿意度參考 Maxham III 與 Netemeyer (2002)所採用的衡量方式，衡量題項三題，採李克特七點量表，從「非常不滿意」、「不滿意」、

「有點不滿意」、「普通/沒意見」、「有點滿意」、「滿意」至「非常滿意」，分別給予 1、2、3、4、5、6、7 分。問項中的第 2 題為反向題，予以反向計分。服務補救後滿意度之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-12 所示。

表 3-5-12 服務補救後滿意度之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
服務補救	1. 您覺得這家餐廳提供令人滿意的補救。
後滿意度	2. 您對這家餐廳失誤的處理方式感到不滿意。(R)
	3. 您對這家餐廳的服務補救措施感到滿意。

資料來源：Maxham III & Netemeyer (2002)

2. 信度、效度

將預試問卷之服務補救後滿意度量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 85.127%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.9116。

(六) 再購意願

1. 編製基礎

再購意願參考 Blodgett et al. (1997) 所採用的衡量方式，衡量題項共三題。再購意願之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-13 所示。

表 3-5-13 再購意願之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
再購意願	<ol style="list-style-type: none"> 1. 未來您會再度到這家餐廳消費。 2. 如果這個情況發生在您身上，您不會再來這家餐廳消費。(R) 3. 如果這個情況發生在您身上，您仍會再來這家餐廳消費。

資料來源：Blodgett et al. (1997)

(R) 為反向題

2.信度、效度

將預試問卷之再購意願量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 90.022%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.9438。

(七) 正面口碑

1.編製基礎

正面口碑參考 Maxham III 與 Netemeyer (2002)所採用的衡量方式，衡量題項共三題。正面口碑之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-14 所示。

表 3-5-14 正面口碑之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
正面口碑	<ol style="list-style-type: none"> 1. 您會替這家餐廳作正面口碑。 2. 您會推薦這家餐廳給您的朋友。 3. 如果您朋友正在尋找餐廳用餐，您會告知他們可以試試這家餐廳。

資料來源：Maxham III & Netemeyer (2002)

2.信度、效度

將預試問卷之正面口碑量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 89.255%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.9373。

(八) 負面口碑

1. 編製基礎

負面口碑參考 Blodgett et al. (1997)所採用的衡量方式，衡量題項共三題。負面口碑之第二次預試問卷題目配置表，如表 3-5-15 所示。

表 3-5-15 負面口碑之第二次預試問卷題目配置表

變項	題目
負面口碑	1. 您會警告朋友和親戚別來這家餐廳消費。
	2. 如這個情況發生在您身上，您會向朋友和親戚抱怨。
	3. 如這個情況發生在您身上，您會請朋友和親戚別來這家餐廳消費。

資料來源：Blodgett et al. (1997)

2. 信度、效度

將預試問卷之再購意願量表，共計三題進行因素分析，以考驗量表的建構效度，本量表累計解釋變異量為 76.411%。再經信度分析以考驗其一致性及穩定性，本研究採「內部一致性」，求得本量表的內部一致性係數 (Cronbach's α)，整體之 Cronbach's α 為 0.8388。

(九) 虛擬情境的真實性與想像性

有關受試者對情境真實性的看法，是參考 Maxham (2001)的衡量方式，採李克特七點量表，從「非常不真實」至「非常真實」，平均值為 4.72。受試者想像情境的容易度，是參考 Weun, S., Beatty, S. E. 與 Jones, M. A. (2004)的衡量方式，採李克特七點量表，從「非常不容易」至「非常容易」，平均值為 5.02，顯示受試者對情境的真實性及想像容易度是可信的，如表 3-5-16 所示。

表 3-5-16 虛擬情境的真實性與想像性敘述統計表

分析項目	樣本數	平均數	標準差	變異數
真實性 ^a	92	4.72	1.225	1.502
想像性 ^b	92	5.02	1.119	1.252

註：^a表示量點為 1 至 7，1 分代表非常不真實，7 分為非常真實。^b表示量點為 1 至 7，1 分代表非常不容易，7 分代表非常容易。

(十) 人口統計

此部分主要在瞭解研究對象的基本資料，共計六題。內容包括性別、年齡、職業、教育程度、家庭每月平均收入、請問您平均一個月至餐廳的頻率（個人平均消費額約為 300 元）。

第六節 資料處理

本研究將以SPSS 11.5及LISREL 8.5統計軟體進行資料分析與驗證工作。

一、描述性統計分析：

藉以分析樣本的基本特性，包括性別、年齡、職業、教育程度、平

均月收入的次數分配及百分比分析，以了解各樣本的分布情形。

二、信度及效度分析

採用 Cronbach's α 檢測，以瞭解量表的內部一致性。本研究採用 Nunnally (1978)所提出的標準，Cronbach's α 至少要大於 0.5，若大於 0.7 則代表量表具有良好的內部一致性。並透過因素分析，了解問卷之建構效度。以因素分析進行評估，採用主成分 (principal component) 分析法及最大變異數 (varimax) 轉軸法。

四、獨立樣本t檢定

此為檢驗補償、補救速度、道歉、知情選擇的實驗操弄是否成功，透過獨立樣本 t 檢定，比較兩組平均數是否具有差異。

五、多因子變異數分析

透過多因子變異數統計方法的分析檢驗研究假設，了解補償、補救速度、道歉、知情選擇，分別對於分配公平、程序公平、互動公平、資訊公平是否具有主要效果。此外也可得知不同服務補救方式之間是否對認知公平具有交互作用。

六、結構方程模式(structural equation modeling, SEM)

結構方程模式主要目的是在探討變項間的因果關係。本研究透過此模式檢定分配公平、程序公平、互動公平、資訊公平、服務補救後滿意度、再購意願、正面口碑和負面口碑之間的相關程度。

在 LISREL 模式中有四種變項，包括兩種潛在變項、兩種觀察變項。潛在變項是指無法直接觀察或測得的觀念，可經由觀察變項來加以衡量；觀察變項則可以直接觀察或測得，在實證上可利用問卷求得。潛在變項之中，被假定為因者，稱為潛在自變項或是外生變項，即分配公平、程序公平、互動公平與資訊公平，以 X_i 表示，其觀察變項設定為 X ；被假定為果者，稱為潛在依變項或是內在變項，即服務補救後滿意度、再購意願、正面口碑與負面口碑，以 Y_i 表示，其觀察變項設定為 Y 。在結構方程模式，潛在變項與觀察變項之間構成下列五種關係：

1. 潛在自變項 ξ 與潛在自變項 ξ 的關係，以 Φ 表示。
2. 潛在自變項 ξ 與潛在依變項 η 的關係，以 Γ 表示。
3. 潛在依變項 η 與潛在依變項 η 的關係，以 B 表示。
4. 潛在自變項 ξ 與 X 變項的關係，以 Λ_x 表示。
5. 潛在依變項 η 與 Y 變項的關係，以 Λ_y 表示。

並且，在 LISREL 模式中還包含 3 種誤差，一是 X 變項的測量誤差，以 Ξ 表示；二是 Y 變項的測量誤差，以 Ψ 表示；三是潛在依變項無法被結構模型所解釋的殘差，即潛在干擾向量，稱為殘餘誤差，以 ζ 表示（整理自邱皓政，民 92）。圖 3-6-1 為本研究之 LISREL 架構模式之因果路徑圖。

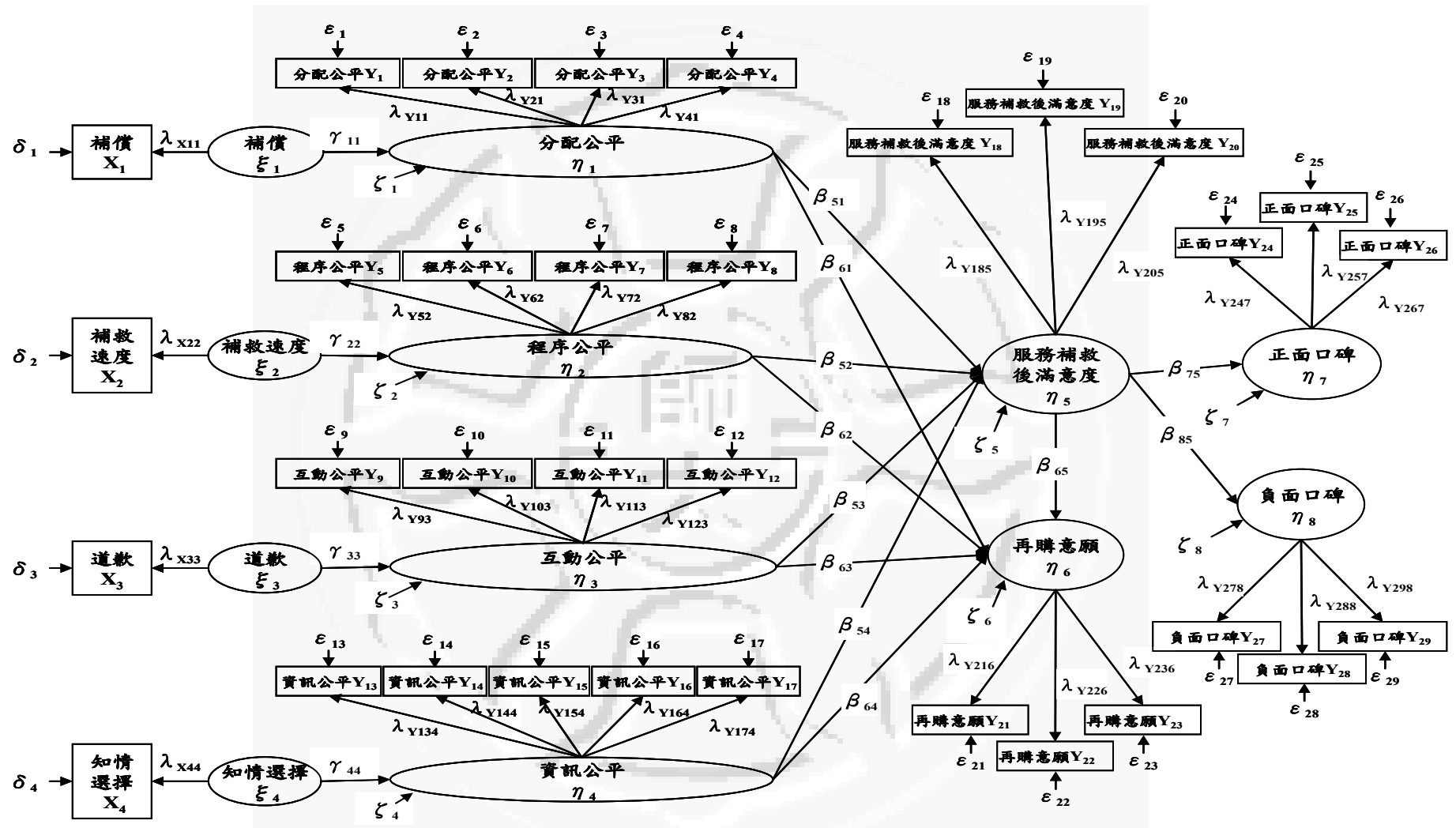


圖 3-6-1 本研究之 LISREL 架構模式之因果路徑圖

為驗證本研究的假設模式，將使用結構方程模式，進行結構模式與測量模式的分析，並評估整體研究模式與實際資料之間有否適配，以卡方值 (chi-square, χ^2)、適配度指標 (goodness-of-fit index, GFI)、修正的適配度指標 (adjusted goodness-of-fit, AGFI)、殘差均方根 (root-mean-square residual, RMR)、正規化適配指標 (Normed fit index, NFI) 及非正規化適配指標 (non-normed fit index, NNFI) 等適配指標檢測。

若 χ^2 不達顯著 ($p < .05$) 表示模式適配度良好，但 χ^2 對受試樣本的大小非常敏感，如果樣本愈大，則 χ^2 愈容易達顯著，其最適用的樣本數為受試者在 100 至 200 位之間，若樣本數大於 200 位以上，則須再參考其他適配度指標。GFI 大於 0.9、AGFI 大於 0.9、RMR 小於 0.05、NFI 大於 0.9 及 NNFI 大於 0.9，則代表模式適配度非常良好(陳正昌、程炳林、陳新豐、劉子鍵，2005)。檢驗模型契合度的指標，可以研判假設模型與實際觀察資料的契合程度。一般常用的模型評鑑指標如表 3-6-1 (整理自邱皓政，民 92)：

表 3-6-1 各種契合度指數的比較

指標	判斷值	代表性質
卡方考驗	愈小 (未達顯著水準)	表示理論模式與觀察所得資料間有良好的契合度
契合度指標(GFI)	大於.90	假設模型可以解釋觀察資料的變異數與共變數的比例
調整契合度指標(AGFI)	大於.90	考慮模式複雜度後的 GFI
NFI	大於.90	反應了假設模型與一個觀察變項間沒有任何共變假設的獨立模型的差異程度
NNFI	大於.90	反應了假設模型與一個觀察變項間沒有任何共變假設的獨立模型的差異程度
平均概似平方誤根係數(RMSEA)	小於.05	比較理論模式與飽和模式的差距，RMSEA 指數愈小，表示模型契合度佳
CFI	大於.90	反應了假設模型與任何共變關係的獨立模型差異程度的量數，也考慮到被檢驗模型與中央卡方分配的離散性
殘差均方根指數(RMR)	愈小愈好	未標準化假設模型的整體殘差

資料來源: 結構方程模式(5.23), 邱皓政, 2003, 臺北市: 雙葉