

## 摘要

網際網路的發展，帶動網路銀行服務的興起。在競爭激烈的金融產業中，網路銀行成為兵家必爭地，銀行業者必須以顧客需求為導向，獲得顧客的信任與維持長期穩定關係的意願，瞭解顧客的需求、超越顧客期待，才能留得住顧客的心。本研究以C銀行曾使用過網路銀行的臨櫃客戶為對象，探討服務品質、科技信念及服務創新對網路銀行使用意向之影響，使銀行業者能更加瞭解顧客的需求，主動積極爭取顧客的信賴與支持，作為銀行業者在網路銀行經營上之策略參考依據。

本研究採問卷調查法，屬於地區性研究，以C銀行在高雄地區曾使用過網路銀行的臨櫃客戶為對象，做為本研究抽樣之對象，共回收有效問卷311份。運用統計軟體 SPSS 21.0 作為統計工具，探討人口統計變數對各變數之差異性分析，與進行各自變數對依變數互動性之分析與假設檢定。

本研究經實證分析後，獲得以下結論：(一)服務品質對使用意向有部分正向影響。服務品質構面之有形性與保證性皆對使用意向有顯著正向影響，其中又以有形性對使用意向有顯著較大增益的效果；(二)科技信念對使用意向有部分正向影響。科技信念構面之知覺有用性對使用意向有顯著正向的影響；(三)服務創新對使用意向有部分正向影響。服務創新構面之營運或傳遞流程之創新及服務修正會正向影響網路銀行使用意向。