



影響租屋顧客忠誠度之因素探討-以轉換成本為中介變數

王崇昱¹

國立高雄科技大學 企業管理系 教授

黃育寧²

國立高雄科技大學 企業管理系碩士在職專班 研究生

一、摘要

本研究發現過去欠缺探討影響顧客忠誠度之重要前因及中介變數，故本研究主要針對知覺價值、服務行為與轉換成本等變數探討其對於顧客忠誠度的影響，以轉換成本作為中介變數，在選擇實證樣本時，以高雄地區5年內有房屋租賃消費經驗之承租人為研究對象。

關鍵字：轉換成本、知覺價值、服務行為、顧客忠誠度

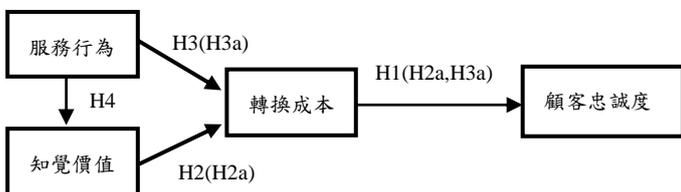
二、動機與目的

本研究認為影響房客忠誠度的要素，可能是服務行為及知覺價值，因為學生工作之因素，須服務許多房客，在觀察及服務中發現服務行為非常重要，因此以此角度切入，探討服務行為及知覺價值是否可能透過轉換成本，進而提升房客忠誠度。本研究欲探討之目的 1.探討知覺價值、服務行為與轉換成本對於顧客忠誠度之影響效果。2.探討服務行為對知覺價值的影響性。3.探討轉換成本是否在服務行為、知覺價值與顧客忠誠度之關係中產生中介效果。

三、相關文獻與研究方法

本顧客忠誠度意指顧客除了本身再購買意願外，願意向他人推薦並給予正面評價的行為。轉換成本指消費者轉換供應商時所感受到的時間、金錢與努力成本。知覺價值為消費者對產品或服務衡量其「所獲得的東西」和「所付出的代價」後，對產品效用所做的整體性評估結果。服務行為定義為角色內行為和角色外行為的表現。考之用。

(一)研究架構



四、研究結果與討論

(一) 研究假說檢定結果

表 4-9 研究假設分析檢驗結果彙整表

假設內容		結果
H1	轉換成本對顧客忠誠度具有正向影響。	不支持
H2	知覺價值對轉換成本具有正向影響。	支持
H2a	知覺價值透過轉換成本影響顧客忠誠度。	不支持
H3	服務行為對轉換成本具有正向影響。	支持
H3a	服務行為透過轉換成本影響顧客忠誠度。	不支持
H4	服務行為對知覺價值具有正向影響。	支持

(二)研究發現

1.知覺價值及服務行為對轉換成本有正向影響

租賃住宅服務業及管理人員以顧客導向為出發點服務顧客，租屋顧客會對租賃住宅服務業產生更高的信任感，不會輕易更換業者。

2.服務行為對知覺價值有正向影響

租賃住宅管理人員第一線的服務行為，是否讓租屋顧客獲得正向及滿意的感受，知覺價值更高。

五、結論

(一)學術貢獻

希望透過本研究結果的發現，為整體租賃住宅服務業界之顧客滿意度盡棉薄之力。

(二)實務貢獻

租賃住宅服務業者充分落實「顧客導向」的理念，使管理人員把握與顧客接觸互動的機會，以近乎完美的服務品質，來滿足顧客安身立命居所需求，以竭盡所能的態度，來創造出「顧客價值」以獲取顧客信任，與同業間維持彼此良好的競爭、學習關係，隨時分享經營理念或共同提升服務水準，達到互利共生的商業環境，讓包租代管系統更為完善透明，進而促進租賃住宅市場健全發展。