

內容目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
致謝詞	v
內容目錄	vi
表目錄	viii
圖目錄	ix
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究問題與目的	3
第三節 研究架構與假設	5
第二章 文獻探討	10
第一節 組織認同	10
第二節 服務導向組織公民行為	16
第三節 服務品質	22
第三章 研究設計	31
第一節 研究變項與測量工具	31
第二節 研究樣本與資料蒐集	34
第三節 資料分析方法	37
第四章 分析結果	39
第一節 基本資料分析	39
第二節 信度分析	46
第三節 因素分析	47
第四節 相關分析	51
第五節 路徑分析	53

第五章	結論與建議	59
第一節	結論	59
第二節	管理意涵與後續研究建議	64
參考文獻		66
附錄 A	保險業務員問卷	84
附錄 B	顧客問卷	86



表 目 錄

表 4-1	樣本性別分析表	39
表 4-2	樣本年齡分析表	41
表 4-3	樣本教育程度	42
表 4-4	樣本婚姻狀況分析表	43
表 4-5	保險業務員年資分析表	44
表 4-6	顧客職業分析表	45
表 4-7	研究變項之 Cronbach α 信度分析表	46
表 4-8	組織認同之效度分析表	47
表 4-9	服務導向組織公民行為之效度分析表	48
表 4-9	服務導向組織公民行為之效度分析表(續)	49
表 4-10	服務品質之效度分析表	50
表 4-11	研究變項之平均數、標準差與相關係數分析表	52
表 4-12	忠誠、服務傳遞、參與對服務品質之迴歸分析表	54
表 4-13	組織認同與忠誠之迴歸分析表	55
表 4-14	組織認同與服務傳遞之迴歸分析表	56
表 4-15	組織認同與參與之迴歸分析表	57
表 5-1	假設之檢定結果彙總表	63

圖 目 錄

圖 1-1	研究架構圖	5
圖 2-1	服務品質評估模式圖	24
圖 2-2	知覺服務品質決定因素	26
圖 4-1	假設性因果模式之路徑圖	53
圖 4-2	路徑分析結果圖	57
圖 4-3	修正後路徑分析模式圖	58

