

車消費者生活型態與產品涉入對購買決策之影響

陳惠秋、雷文谷

E-mail: 317712@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究旨在藉由瞭解自行車消費者的生活型態、產品涉入及購買決策情形，並進一步探討自行車消費者的活型態與產品涉入對購買決策的影響。本研究採用問卷調查法，以中部地區的自行車消費者為研究對象，共發放350份問卷，總計回收339份問卷，扣除無效問卷7份，實得有效樣本332份，有效問卷回收率95%，經統計分析後結果如下：一、自行車消費者在生活型態的「意見」構面得分最高。產品涉入以「認知風險」構面得分最高，自行車的「重要性」構面得分相對較低。自行車消費者購買決策中等偏高程度，其中在「方案評估」購買決策構面最明顯，而針對通路之「購買選擇」構面最不明顯。二、不同婚姻狀況、年齡、職業之自行車消費者在生活型態達顯著差異。三、不同性別、年齡、教育程度、可支配所得之自行車消費者在產品涉入達顯著差異。四、不同婚姻狀況、教育程度、職業之自行車消費者在購買決策達顯著差異。五、自行車消費者生活型態對其購買決策有顯著影響力，而其中又以「活動」構面的影響力最大。六、自行車消費者產品涉入對其購買決策有顯著影響力，而其中又以「愉悅價值」構面的影響力最大。

關鍵詞：生活型態、產品涉入、購買決策

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	vi
表目錄	viii	圖目錄	viii
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	5	第三節 研究問題	5
6 第四節 研究範圍與限制	6	第五節 名詞釋義	6
6 第二章 文獻探討	8	第一節 生活型態	8
8 第二節 產品涉入	17	第三節 購買決策	17
24 第三章 研究方法	35	第一節 研究架構	35
35 第二節 研究流程	36	第三節 研究對象及抽樣設計	36
37 第四節 研究工具	37	第五節 資料分析方法	37
41 第四章 結果與討論	42	第一節 樣本結構分析	42
42 第二節 自行車消費者之生活型態、產品涉入及購買決策	44	第二節 不同背景變項自行車消費者在生活型態、產品涉入與購買決策之差異	48
48 第三節 自行車消費者生活型態對其購買決策之影響	66	第五節 自行車消費者的產品涉入對其購買決策之影響	66
66 第五章 結論與建議	68	第一節 結論	68
68 第一節 結論	68	第二節 建議	69
69 參考文獻	72	附錄 問卷	79

參考文獻

一、中文部份 Peter, J. R. & Olson, J. C. (2001), 消費者行為(賴其助譯), 台中:滄海書局, (原文於1999年出版)。王曉紋(2009, January 1), 快樂產業, 兩輪樂活風:創造寶島騎機, 天下雜誌, 414。今週刊(2004), 大眾市場式微小眾行銷崛起, 今周文化, 116-118。行政院主計處新聞稿(2009), 98年5月薪資與生產力統計結果[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw>[2009, July 26] 林欽榮(2002), 消費者行為, 台北:揚智文化。林靈宏(1998), 消費者行為學, 台北:五南。林清江(1972), 家庭文化與教育, 師大教育研究所集刊, 14, 89-99 別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書, 台北:商周出版。余朝權(2005), 現代行銷學, 台北:五南。余朝權(2008), 產業競爭分析專論, 台北:五南。李城忠(2008), 應用統計學SPSS完全攻略, 台北:新文京。吳明隆, 涂金堂(2005), SPSS與統計應用分析, 台北:五南。吳靜怡(2007), 商店印象、生活型態與消費者購買行為關係之研究 - 以生活工場為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。侯嘉政, 傅柏霖(2008), 產品涉入與品牌涉入對品牌忠誠度之影響 - 以數位相機為例, 行銷評論, 5(1), 27-56。許士軍(1987), 管理學, 台北:東華書局。程平凡(2008), 消費者生活型態及人格特質對仁壽保險購買決策影響之分析, 私立淡江大學保險研究所未出版之碩士論文。陳秀

蘭(2008), 台北市生活型態與市場區隔之研究-以三商銀客戶為例, 私立淡江大學國際商學研究所未出版之碩士論文。 陳瑞鈴(2004), 消費者人口統計變數與生活型態對手機購買行為之影響, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 陳雅如(2005), 產品屬性與生活型態影響消費者購買決策之研究 - 以寢具用品為例, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 黃裕哲(2008), 2008國際自行車趨勢論壇報導, 車輛工業月刊, 172, 63-69。 黃裕哲(2008), 設計對自行車產業的價值與國際趨勢, 車輛工業月刊, 173, 62-65。 黃俊英, 賴文彬(1990), 涉入的理論發展與實務應用, 管理科學學報, 7(1), 15-29。 榮泰生(2001), 行銷學, 台北:五南。 榮泰生(2006), SPSS與研究方法, 台北:五南。 廖俊晨(2008), 生活型態、遊憩動機對自行車道環境偏好影響之研究, 私立逢甲大學建築研究所未出版之碩士論文。 蔡淑如(2005), 生活型態、消費者涉入對文化創意產業工藝產品購買行為之影響, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 簡南山(2003), 台灣生活型態量表效率的後涉統合分析, 國立政治大學企業管理研究所未出版之博士論文。

二、英文部份

Adler, P. S. (1993). Time-and-motion regained. *Harvard Business Review*, 71 (1), 97-108. Berman, B., & Evans, J. R. (2001). Retail management: A strategic approach (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*. 47(2), 69-81. Clark, K., & Belk, R. W. (1978). The effect of product involvement and task definition on anticipated consumer effort. *Advances in Consumer Research*, 5, 313-318. Demby, D. (1974). Life style and psychographics. Chicago: American Marketing Association, 3-30. Engel, J. F., & Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). Consumer behavior (7th ed). Orlando Florida: Dryden Press. Engel, J. F., & Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1978). Consumer behavior (4th ed). New York: Dryden Press. Hawkins, D. I., & Roger, J. B., & Kenneth, A. C. (1995). Consumer behavior: Implications for marketing strategy (6th ed.). New York: McGraw-Hill. Howard, J. A. (1994). Buyer behavior in marketing strategy. New Jersey: Prentice-Hall. Kapferer, J. N., & Laurent, G. (1993). Further evidence on the consumer involvement profiles: Five antecedents of involvement. *Psychology and Marketing*, 10(4), 347. Kotler, P. (1996). Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control. New Jersey: Prentice- Hall. Krugman, H. E. (1965). The impact of television advertising: learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29, 49-56. Lazer, W. (1963). Life style concepts and marketing toward scientific marketing. *American Marketing Association*, 130-139. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of marketing*, 38(1), 33-37. Mitchell, A. A. (1981). The dimensions of involvement. *Advances in Consumer Research*, 8, 25-30. Reynolds, F. D., & William, R. D. (1974). Construction life style and psychographics. Chicago: AMA. Richard, L. C., & Olson, J. C. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 10, 33-37. Robertson, T. S. (1976). Low-Commitment consumer behavior. *Journal of Advertising Research*, 16(1), 19-26. Rothschild, M. L. (1984). Perspectives in involvement: Current problem and future directions. *Advances in Consumer Research*, 11, 216-217. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1991). Consumer behavior. New York: Prentice-Hall. Walters, C. G., & Paul, W. G. (1970). Consumer behavior: An intergrated framework(3th ed.). New York: Richard D. Irwin. Well, W. D. (1975). Psychographics: A critical review. *Journal of Marketing Research*, 12(2), 196-213. Yavas, U., & Babakus, E. (1995). Purchasing involvement in Saudi Arabia: Measure development and validation. *Journal of International Consumer Marketing*, 8(1), 23-41. Zaichkowsky, J. L. (1986). Conceptualizing involvement. *Journal of Advertising*, 15(2), 4-14. Zaichkowsky, J. L. (1994). The personal involvement inventory: Reduction, revision and application to advertising. *Journal of Advertising*. 23(4), 70.