

# 整合型數位行銷通路與直銷通路對消費者購買意願之影響

羅紫君、王學銘

E-mail: 387200@mail.dyu.edu.tw

## 摘要

隨著電子商務市場持續成長，網路商店已成為不可小覷的通路，因此當其他購物通路也能滿足消費者的需求時，具有不同特性的消費者是否會受到影響？而消費者在購物時，面對網路與直銷通路各具優劣的情況，如何做初期購物決策，本研究旨在探討影響消費者經由整合型數位行銷通路與直銷通路購買健康食品意願之因素。本研究主要的目的是針對消費者對於購買健康食品經由不同的行銷通路，產生不同的購買動機作深度探討。故本研究欲達成之目的如下：一、瞭解數位型行銷通路規劃對於健康食品產業影響之觀點。二、瞭解直銷通路對於健康食品產業影響之觀點。三、探討消費者對於行銷通路的接受度四、根據研究結果，提供國內健康食品業者參考與建議。

關鍵詞：行銷通路、直銷通路、消費者購買意願、健康食品

## 目錄

緒論 1 第一節 研究背景與動機 1 第二節 研究目的 2 第三節 研究流程 3 第二章 文獻探討 4 第一節 數位行銷通路 4 第二節 直銷通路 6 第三節 消費者購買意願 8 第四節 健康食品 14 第三章 研究方法 26 第一節 研究架構 26 第二節 變數定義 27 第三節 研究對象 28 第四節 資料分析方法 28 第四章 研究結果分析與討論 31 第一節 樣本分析 31 第二節 敘述性統計分析 33 資料來源:本研究整理 40 第三節 相關係數 40 第四節 研究假設驗證 41 第五章 結論與建議 44 第一節 研究結論 44 第二節 理論/實務意涵 45 第三節 研究建議與限制 46 參考文獻 48 中文部份 48 英文部份 48 網路資源 50 附錄一：問卷 51

## 參考文獻

中文部分 王嘉玲(2008)，消費者特性與經驗、產品類型與人際因素對網路購買保健食品意願影響之探討-以台灣北部上班族為例。元智大學管理研究所未出版碩士論文。林建煌(2002)，消費者行為，台北:智勝文化。翁麗筑(2011)，消費者特性、服務品質對跨國網路通路與傳統實體通路購買決策影響之探討，大葉大學管理學碩士班國際企業組 何雍慶、賴其勳、戴正玲(2009)，品質線索與遊客知覺風險及滿意度關聯性之研究。顧客滿意學刊，5(2)，61-82。蘇紋巧(2009)，台灣保健食品之品牌策略與整合行銷傳播(IMC)之研究-以個案公司為例。國立成功大學企業管理學系專班碩士論文。英文部份 Agarwal, S., & Teas, R. K. (2001). Perceived value: mediating role of perceived risk. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(4), 1-14. Chaudhuri, A. (2000). A macro analysis of the relationship of product involvement and information search: The role of risk. *Journal of Marketing*, 38, 1-14. Garretson, J. A. & Clow, K. E. (2003). The influence of coupon face value on service quality expectations, risk perceptions and purchase intentions in the dental industry. *Journal of Service Marketing*, 13(October), 59-70. Hair et al., (2006), *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*(8th ed.). London: Irwin McGraw-Hill. Kavak, B., & Gumusloulgu, L., (2007). Segmenting food markets. The role of ethnocentrism and lifestyle in understanding purchasing intentions. *International Journal of Market Research*, 49(1), 71-94. Knox, S., & Walker, D. (2003). Empirical developments in the measurement of involvement, brand loyalty and their relationship in grocery markets. *Journal of Strategic Marketing*, 11, 271-286. Laaksonen, P. (1994), *Consumer involvement: Concepts and research*. London, UK: Routledge. Laurent, G., & Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles, *Journal of Marketing Research*, 102, 41-53. Malar, L., Krohmer, H., Hoyer, W. D. & Nyffenegger, B. (2011), Emotional brand attachment and brand personality: The relative importance of the actual and the ideal self. *Journal of Marketing*, 75(4), 35-52. Mittal, V., & Kamakura, W. A., (2001), Satisfaction, repurchase intent and repurchase behavior: investigating the moderating effect of customer characteristics. *Journal of Marketing Research*, 38(1), 131-142. Newberry, C. R., Klemz, B.R. & Boshoff, C. (2003), Managerial Implications of Predicting Purchase Behavior from Purchase Intentions: A Retail Patronage Case Study. *Journal of Service Marketing*, 17(6), p.609-620. Rindfleisch, A., Malter, A. J., Ganesan, S., & Moorman, C. (2008). Cross-Sectional Versus Longitudinal Survey Research: Concepts, Findings, and Guidelines, *Journal of Marketing Research*, XLV, 261-279. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior*, 7th ed. Prentice-Hall. Spears, N., & Singh, S. N. (2004). Measuring attitude toward the brand and purchase intentions. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 26(2), 53-66. Tan, S. J. (1999). Strategies for reducing consumers' risk aversion in internet shopping. *Journal of Consumer Marketing*, 16(2), 163-178. Warrington, P. & Shim, S. (2000). An empirical investigation of the relationship between product involvement and brand commitment. *Psychology and Marketing*, 17(9), 761-82. Yeung, R. M. W., & Morris, J. (2001). Consumer perception of food risk in chicken meat. *Nutrition & Food Science*, 31(6), 270-278. Yeung, R. M. W., & Yee, W. M. S. (2002). Multi-dimensional analysis of customer perceived risk in chicken meat. *Nutrition and Food Science*, 32, 219-226. 網路資源 行政院衛生署；

[http://www.doh.gov.tw/cht2006/index\\_populace.aspx](http://www.doh.gov.tw/cht2006/index_populace.aspx)。 食品產業知識會， <http://fikb.firdi.org.tw/fikb/index.htm>