

台灣中北部地區機車消費者購買行為之研究

洪啟勝、宋明弘、潘振雄

E-mail: 8515750@mail.dyu.edu.tw

摘要

0

關鍵詞：機車；購買行為；市場區隔；問卷調查；統計分析

目錄

封面內頁 簽名頁 摘要 目錄 圖目錄 表目錄 第一章 緒論 1.1 研究背景與動機 1.2 研究目的 1.3 研究方法 1.4 研究範圍與限制 1.5 研究架構 第二章 文獻探討 2.1 動機 2.2 購買者行為模式 2.3 購買行為型態 2.4 由市場特質探討購買行為 2.5 由購買決策過程探討購買行為 2.6 相關文獻探討及比較 第三章 研究方法 3.1 研究工具 3.2 研究程序 3.3 問卷設計 3.4 抽樣與資料蒐集 3.5 資料分析 第四章 討論分析 4.1 購買動機分析 4.2 購買用途分析 4.3 機車與贈品重要度分析 4.4 贈品屬性分析 4.5 購後行為及滿意度分析 4.6 三種類型機車滿意度分析 第五章 結論與建議 5.1 結論 5.2 後續研究建議 參考文獻 一、中文部份 二、英文部分 附錄 一、問卷

參考文獻

一、中文部份 1. 丁萬鳴 自行車王國 向機車王國挺進 聯合報經濟證?版 1995.9.25 2. 黃俊英 行銷研究 台北:華泰 民76 3. 機車銷售月報表 臺灣區車輛工業同業公會 民84 4. 中國經濟 450期 民77 5. 策略生產力 第42頁 民81 6. 陳定國 現代行銷學(上冊) 台北:華泰 第243頁 民66 7. 同(6) 第246頁 8. 何雍慶 周逸衡譯 行銷管理分析規劃與控制(上冊) 台北:華泰 第362頁 9. 張文欽 重型機車購買行為之研究 政大企研所未出版碩士論文 民67 10. 金鐵英 重型機車購買行為之研究 東海大學企研所未出版碩士論文 民75 11. 張東隆 機車購買行為及市場區隔化之研究 成大工管所未出版碩士論文 民68 12. 吳鴻財 臺灣重型機車購買者的購買行為研究 交大管科所未出版碩士論文 民77 13. 謝振峰 速克達機車的購買行為研究 東吳大學管研所未出版碩士論文 民80 14. 李述霖 台北市高職學生機車消費因素之研究 交大管科所未出版碩士論文 民80 15. 吳傳杰 消費者購車之知覺風險與?牌轉換意願之探討 淡江大學管研所 民78 二、英文部分 16. Glock,C.Y.,Nicosia,F.M., "Sociology and the Sociology and the Study of Consumers," J.of Advertising Research,pp.21-27(1963) 17. Engel,J.F.,Blackwell, R.D.,David,K.,Consumer Behavior,(New York:Holt Rinehart & Wiston,Inc.),pp.9(1968) 18. Schiffman,L.G.,Leslie,L.K.,Consumer Behavior,2nd ed., pp.6-7(1983) 19. Kotler,P., "Behavioral Model for Analyzing Buyers,"J. of Marketing,pp.37-45(1965). 20. Lindgren,H.C.,Byrne,D.,Psychology,3rd ed.,pp.250-251. 21. Dichter,E.,Handbook of Consumer Motivations(New York:McGram. Hill)(1964) 22. Schewe,C. D., "Selected Social Psychological Model for Analyzing uyers," J.of Marketing,pp.31-39(1937). 23. Howard,J.A.,Sheth,J.N.,The Theory of buyer Behavior,p.54. 24. Engel,J.F.,Blackwell,R.D., Killoat,D.T., Consumer Behavior,4th ed.,p.687(1982). 25. Boyd,jr.,Westfall,R.,Marketing Research,3rd ed. Homewood,Illinois,Richard Irwin & Inc., Chap.7 (1972) 26. Murphy,P.E.,Ben,M.E.,Marketing,Scott.Forman & Inc.,pp.158.159(1985). 27. Smith,Wendell, R., "Product Differentiation and Market Segmentation,"J.of Marketing,Vol.21,pp.3-8(1956) 28. Kotler, P.,Principles of Marketing,6th ed.,Englewood Ciiffs,New Jersey,Prentice Hall Inc., p.217(1986) 29. Green, P.,Frank C., Multidimensional Scaling, Beverly Hills,Sage Publication,pp.540-542(1978)