

生活型態與消費者首購房車決策之研究:以年輕族群為例

陳韋仁、邴傑民

E-mail: 9415970@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來，政府積極的推廣休閒旅遊，又實施週休二日的政策，也因民眾的生活水準大大的提昇，房車的類型多樣化，功能取向不同，生活型態的差異往往影響到消費的購買決策。本研究在於探討研究年輕族群的生活型態與首購房車決策之研究，具體的目的在分析（一）人口屬性與生活型態的差異性、（二）人口屬性與消費者首購房車決策的差異性、（三）生活型態與消費者首購房車決策的關係。經問卷的設計收集相關資訊，所得的資料以統計軟體SPSS 來分析，針對研究目的所需之資料，進行各項分析。經由研究分析的結果，可以得到以下的結論：經過測試後，所得的結果確實符合各族群之偏好。因此可推論，不同生活型態族群對手購轎車的決策各有不同，而所對應之形態特徵亦也不同。

關鍵詞：生活型態、購買決策、轎車、年輕族群

目錄

封面內頁 簽名頁 授權書-----	iii	中文摘要-----	v	英文摘要-----	v
要-----	vi	誌謝-----	vii	目錄-----	viii
目錄-----	x	表目錄-----	xi	第一章 緒論 第一節 研究背景與動機-----	1
第一節 研究目的-----	5	第二節 研究對象及範圍-----	5	第三節 研究對象及範圍-----	5
第二節 研究目的-----	5	第二章 文獻探討 第一節 生活型態-----	7	第二節 消費者行為-----	17
第三節 年輕族群的定義-----	23	第三節 年輕族群的定義-----	23	第三章 研究方法 第一節 研究架構-----	25
第二節 變數之定義與衡量-----	25	第二節 變數之定義與衡量-----	25	第二節 變數之定義與衡量-----	25
第三節 問卷設計-----	26	第三節 問卷設計-----	26	第三節 問卷設計-----	26
第四節 資料分析方法-----	27	第四節 資料分析方法-----	27	第四節 資料分析方法-----	27
第一節 敘述性統計量分析-----	31	第一節 敘述性統計量分析-----	31	第一節 敘述性統計量分析-----	31
第二節 生活型態因素分析-----	33	第二節 生活型態因素分析-----	33	第二節 生活型態因素分析-----	33
第三節 消費者購買決策因素分析-----	36	第三節 消費者購買決策因素分析-----	36	第三節 消費者購買決策因素分析-----	36
第四節 生活型態對於消費者購買決策的分析-----	39	第四節 生活型態對於消費者購買決策的分析-----	39	第四節 生活型態對於消費者購買決策的分析-----	39
第五節 人口統計變項對消費者購買決策的分析-----	41	第五節 人口統計變項對消費者購買決策的分析-----	41	第五節 人口統計變項對消費者購買決策的分析-----	41
第六節 生活型態對人口統計變項的分析-----	46	第六節 生活型態對人口統計變項的分析-----	46	第六節 生活型態對人口統計變項的分析-----	46
第五章 結論與建議 第一節 研究結論-----	49	第五章 結論與建議 第一節 研究結論-----	49	第五章 結論與建議 第一節 研究結論-----	49
第二節 研究建議-----	52	第二節 研究建議-----	52	第二節 研究建議-----	52
參考文獻-----	54	參考文獻-----	54	參考文獻-----	54
附錄-----	57	附錄-----	57	附錄-----	57

參考文獻

- 1、王淑慧(1998)，產品種類、品牌知名度、參考價格與涉入程度對消費者購買意願的影響，成功大學企業管理研究所碩士論文。
- 2、王灝(2001)，新科技導入對消費者購買意願之影響-以汽車產品為例，成功大學企業管理研究所碩士論文。
- 3、方世榮(2000)，「行銷管理學」，東華書局。
- 4、李奇勳(2001)，價格、保證及來源國形象對產品評價與購買意願的影響，成功大學企業管理研究所博士論文。
- 5、依日光(1988)，「多變量數據解析」，復漢出版社，頁276-293。
- 6、林資敏 陳德文 著，1999，生活型態行銷ALL IN ONE，奧林，台北市
- 7、吳萬益，林清河(2000)，「企業研究方法」，華泰圖書出版公司。
- 8、許士軍等(1986)，「行銷規劃與策略」，現代管理月刊雜誌社。
- 9、張東豪，2004，以都會區生活型態觀點探討e化房車座艙意象與內裝造形設計，大同大學工業設計所碩士論文
- 10、陳順宇(1998)，「多變量分析」華泰書局。
- 11、陳鴻彬，1996，生活型態在都會區公共汽車座椅設計之應用研究，大葉大學工業設計研究所碩士論文
- 12、陳俊余，1999，從生活型態觀點探討行動電話感性特質之研究，大葉大學工業設計研究所碩士論文
- 13、陳鑑汶，2002，休旅車消費者購買決策的型態及行銷策略研究，國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班(EMBA)碩士論文
- 14、楊美怡，2002，人格特質、價值觀與生活型態對後現代主義消費行為影響之研究:三個世代之比較研究，義守大學管理研究所碩士論文
- 15、榮泰生(1994)，「行銷管理學」，五南圖書出版社。
- 16、黃俊英(1995)，「多變量分析」，中國經濟企業研究所，頁203-287
- 17、超越購車雜誌，(2002年1月、3月號)。
- 1、Blackwell, R. D., Engel, J. F., & Miniard, P. W., (2000), 'Consumer Behavior' The Drained Press, 7th Ed, p.53
- 2、Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., (1995), 'Consumer Behavior'. The Dryden Press, 8th Edition.
- 3、Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D., (1993), 'Consumer Behavior'. Chicago, MI: The Dryden Press.
- 4、James F. Engel, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard(1995), Consumer Behavior, 8thed., Dryden Press.
- 5、Kotler, P., (1991), 'Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, & control'. Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 07632. Seventh Edition, pp162-194.
- 6、Kotler, P., & Armstrong., (1994). Principles of Marketing. (6th Ed), Annotated Instructor's Edition, Englewood Cliffs N.J.: Prentice-Hall. Inc., p143
- 7、Lazer, W. (1963). Life Style Concepts and Marketing. Toward Scientific Marketing, in Stephen Greyserm. Ed. pp140-151.
- 8、Roger, D.

Blackwell, James F. Engle, Paul W. Miniard (2000). 'Consumer Behavior' In L. Hastert (7th Ed), The Drained Press, p.53.