

# 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	
第一節 研究目的	1	第二節 研究對象及範圍	5	第二節 消費者行為	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 生活型態因素分析	33	第二節 問卷設計	26	第三節 資料分析方法	27
第三節 消費者購買決策因素分析	36	第四節 敘述性統計量分析	31	第四節 資料分析方法	27
第四節 生活型態對於消費者購買決策的分析	39	第五節 敘述性統計量分析	31	第五節 資料分析方法	27
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	第六章 結論與建議 第一節 研究結論	49
第六節 生活型態對人口統計變項的分析	46	第二節 研究建議	52	第二節 研究建議	52
第七章 參考文獻	54	參考文獻	54	參考文獻	54
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.

