

A Comparison of the Differences on Consumer Decision- Making Styles with Personal Traits, Lifestyle, Astrology.

葉又甄、李俊憲

E-mail: 9607597@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

Astrology became a popular subject in Taiwan in the last two decades. Many media, such as newspapers and magazines, provided more and more layouts of astrology. Thousands of websites were continually established. People might eventually choose someone as their friends or not considering their types of astrology. This study would like to explore the differences of personal traits, lifestyle and types of astrology on the consumers' decision process. A structured questionnaire, including astrology scale, lifestyle scale, and personal traits scale, was designed and applied to female students in Da-Yeh University. The main findings of this research were concluded as followings: 1. Types of astrology existed less difference on the consumer decision-making styles than lifestyles, and personal traits. 2. Different types of astrology had significantly different on the decision-making styles.

Keywords : astrology, lifestyle, personal traits, consumer decision-making styles.

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv	誌謝辭	v	內容目錄	vi
.....	vi	表目錄	viii	圖目錄	x	第一章 緒論	x
.....	1	第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究目的	2	第三節 研究問題	3
.....	3	第四節 研究假設	3	第五節 研究對象、範圍及限制	4	第六節 名詞釋義	4
.....	4	第二章 文獻回顧	6	第一節 星座之起源發展與應用	6	第二節 市場區隔	13
.....	13	第三節 人格特質理論	15	第四節 生活型態分類與應用	22	第五節 消費者決策型態	26
.....	26	第六節 相關實證研究	27	第三章 研究方法	34	第一節 研究架構	34
.....	34	第二節 研究工具	35	第三節 問卷發放與實施計畫	42	第四節 統計分析方法	44
.....	44	第四章 資料分析	46	第一節 問卷發放實施情況	46	第二節 信度分析與集群分析	46
.....	46	第三節 樣本背景描述性統計分析	52	第四節 星座、人格特質、生活型態之敘述性統計 ..	53	第五節 假設驗證	65
.....	65	第六節 本章小結	76	第五章 結論與建議	77	第一節 結論	77
.....	77	第二節 建議	82	參考文獻	84	附錄A 預試問卷	95
.....	95	附錄B 正試問卷	101				

REFERENCES

- 一、中文部份 1.Bandura, A. (1982), 社會學習論巨匠(廖克玲譯), 台北:允晨。 Pervin, L. A. (1995), 人格心理學(洪光遠譯), 台北:桂冠出版社。 Tyson, S., & Jackson, T. (1986), 組織行為(蔡承志譯), 台北:桂冠圖書公司。 2.丁?(2003), 資訊人員人格特質對工作壓力的影響。國立高雄海院學報, 18, 211-225。 3.王中和(2001), 占星術與科學的思考, 科學月刊。 4.王美晶(2006), 休閒參與作為壓力調適方法及其效益, 銘傳大學觀光研究所未出版之碩士論文。 5.王培倫(2004), 星座對於消費者在購物傾向上之影響-大台北地區學生為例, 國立政治大學廣告研究所未出版之碩士論文。 6.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未出版之碩士論文。 7.別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書, 臺北:商周出版, 45-56。 8.吳育東(1999), 多變量統計方法應用於行動電話消費者購買行為與滿意度之研究, 成功大學統計學研究所未出版之碩士論文。 9.吳芝儀(2000), 生涯探索與規劃, 嘉義:濤石文化。 10.宋瑞珍(2005), 占星百寶箱-看懂星盤第一步, 台北:書泉出版社。 11.李錫奎(2005), 金門地區觀光客旅遊行為之研究, 銘傳大學管理研究所未出版之碩士論文。 12.李力昌(2005), 休閒社會學, 台北:偉華書局。 13.李靜怡(2002), 休閒從業人員之個人特質、工作特性與工作壓力和休閒行為之關係 - 以北部地區為例, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 14.周惠莉(2003), 五大人格特質、性別角色與轉換型領導關聯性之研究, 中原大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 15.房冠寶(2000), 人格特質與工作績效的關聯性研究 - 以證卷業後勤行政人員為例, 國立台灣科技大學管理研究所未出版之碩士論文。 16.林文綺(1994), 新一代視訊產品消費族群生活形態及使用議題之探討, 國立交通大學工業工程研究所未出版之碩士論文。 17.林佳燕(2001), 大學生個人特質因素對色彩嗜好關係之研究, 國立交通大學應用藝術研究所未出版之碩士論文。 18.林亮君(2006), 高職女學生之人格特質和價值觀與其消費決策型態關係, 大葉大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。 19.林茂興(2002), 以生活型態區隔台北地區ADSL 消費者對多媒體服務接受意願之研究, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。 20.林欽榮(1983), 管理心理學, 台北:五南圖書。 21.武奧

君(2004), 大學生兼職工作對其消費者決策型態影響之研究-以台南地區管理學院為例, 臺南師範學院社會科教育研究所未出版之碩士論文。

22. 星座(2006), 星之宮殿[線上資料], 來源: http://www.astropopo.com/index_star.html[2006, November 13]。

23. 星座(2006), 星座百科[線上資料], 來源: <http://www.coden.com.tw/library/lib05.htm>[2006, November 13]。

24. 星座(2006), 談占卜[線上資料], 來源: http://www.ccmhk.org.hk/99_06_5.htm[2006, October 17]。

25. 星座(2006), 維基百科[線上資料], 來源: <http://zh.wikipedia.org/w/index.php?title>[2006, October 17]。

26. 星座特質(2006), 自由時報命理星座[線上資料], 來源: <http://www.lib.libertytimes.com.tw>[2006, October 17]。

27. 柯?雪(1992), 十二星座的故事, 台北:鐘文出版社, 3-4。

28. 范維君(2000), 占星術與日常行動:一個知識社會學的考察, 國立政治大學社會學研究所未出版之碩士論文。

29. 孫君儀(2001), 主題遊樂園基層服務人員人格特質、情緒智力與工作表現關係之研究 - 以劍湖山世界為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。

30. 張春興(1990), 現代心理學, 台北:東華書局。

31. 張集毓(1994), 遊憩區市場定位之研究, 國立中興大學園藝研究所未出版之碩士論文。

32. 曹勝雄(2001), 觀光行銷學, 台北:揚智文化。

33. 梁伊傑(2001), 台北市大學生參與休閒活動消費行為之研究, 國立台灣師範大學運動與休閒管理研究所未出版之碩士論文。

34. 陳仲庚, 張雨新(1990), 人格心理學, 台北:五南圖書公司。

35. 陳惠怡(2004), 民宿經營者人格特質對決策風格影響之研-以宜蘭縣冬山河休閒農業區為例, 輔仁大學餐旅管理研究所未出版之碩士論文。

36. 陳騏龍(2000), 國小學童情緒智力與幸福感、人際關係及人格特質之相關研究, 屏東師範學院教育心理與輔導研究所未出版之碩士論文。

37. 曾國斌(2000), 不同產業與人格特質重業人員其工作壓力之差異分析, 國立成功大學工業管理研究所未出版之碩士論文。

38. 邱皓政(2003), 量化研究與統計分析, 台北:五南出版社。

39. 長島晶裕(2005), 星空中的神話(黃萱惠譯), 台北:春光出版社。

40. 黃慧真(2006), 大學生消費能力、網路拍賣參與、生活型態、金錢態度與消費者決策型態之相關研究—以台南地區科技大學及技術學院學生為例, 國立台南大學社會科教學研究所未出版之碩士論文。

41. 黃馨瑩(2004), 消費者生活型態對休旅車品牌權益評價之研究, 朝陽科技大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

42. 董宣如, 孔克勤(2003), 星象學的人格心理研究, 心理科學, 26(4), 701-709。

43. 廖瑞珠(2007), 星座與領導行為關係之研究 - 以宜蘭縣各行政機關公務員為例, 國立東華大學公共行政研究所未出版之碩士論文。

44. 趙敏秀(2002), 情緒性消費和實用性消費的衡量與比較, 國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所未出版之碩士論文。

45. 劉鐵虎, 于文正(1991), 日月星座, 台北:時報出版。

46. 潘文章(1990), 行為管理:觀念、行為、績效, 台北:三民。

47. 蔡欣嵐(2001), 工作特性、人格特質與工作滿意度之關係 - 以半導體業為例, 國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。

48. 韓繼成(2002), 國民中學訓導人員角色壓力、人格特質與工作滿意度的關係之研究, 彰化師範大學教育研究所未出版之碩士論文。

49. 瞿海源(1993), 術數、巫術與宗教行為的變遷與變異, 人文及社會科學, 3, 125-143。

50. 瞿海源(2003), 星座流行的分析 - 非理性文化的批判, 暨大電子雜誌, 25。

51. 簡南山(2003), 台灣生活型態量表效率的後設統合分析, 國立政治大學企業管理學系未出版之博士論文。

52. 譚大純, 陳正男, 賴孟寬(2000), 生活型態量表之適合度檢驗、因素重組與趨勢比較:以ICP生活型態量表為例, 調查研究, 8, 79-102。

53. 蘇丹, 鄭涌(2005), 質疑星座決定人格特質的實證研究, 心理科學, 28(1), 220-221。

54. 蘇漢宗(2002, April 1), 占星術, 中華日報, 32版。

二、英文部份

1. Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt.

2. Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart, & Winston.

3. Andrews, G. R. & Debus, R. L. (1978). Persistence and casual perceptions of failure: Modifying cognitive attributions. *Journal of Educational Psychology*, 70, 154-166.

4. Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

5. Berman, B. & Evans. (1978). *Retail Management: A strategic Approach*. Macmillan Publishing Co. Inc., New York, 125.

6. Cattell, R. B. (1943). The description of personality: Basic trait into clusters. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 476-506.

7. Cattell, R. B. (1950). *Personality: A systematic, theoretical, and factual study*. New York: McGraw Hill.

8. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1985). *The NEO personality inventory manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

9. Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (1992). Four ways five factors are basic. *Personality and Individual Differences*, 13, 653-665.

10. Durvasula, S., Lysonski, S., & Andrews, J. C. (1993). Cross-cultural generalizability of a scale for profiling consumer's decisionmaking styles. *Journal of Consumer Affairs*, 27, 55-65.

11. Dweck, C. S. (1975). The role of expectations and attributions in the alleviation of learned helplessness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 674-684.

12. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Kollat, D. T. (1978). *Consumer behavior*(3rd ed.). The Dryden Press, 175.

13. Eysenck, M. W. (1990). *The Blackwell dictionary of cognitive psychology*. Oxford: Blackwell.

14. Friedman, M., & Rosenman, R. H. (1959). Association of specific over behavior patterns with blood and cardiovascular findings. *Journal of the American Medical Association*, 169, 1286-1296.

15. Gauquelin, M. (1982). Zodiac and personality: an empirical study. *Skeptical Inquirer*, 6(3), 57-65.

16. Gilbert, F. W. & Warren, W. E. (1995). Psychographic constructs and demographic segment. *Psychology & Marketing*, 12(3), 223-237.

17. Hafstrom, J. L., June, S. C., & Young, S. C. (1992). Consumer decision-making styles: comparison between Untied Stares and Korean young consumers. *The Journal of Consumer Affairs*, 26, 146-158.

18. Jamal, M. (1990). Relationship of job stress and type-A behavior to employee's job satisfaction, organizational commitment, psychosomatic health problem, and turn-over motivation. *Human Relations*, 43(8), 727-738.

19. Kotler, P. & Armstrong, G. (1991). *Principles of Marketing*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.

20. Kotler, P. (1997). *Marketing Management*(9th ed.). NJ: Prentice-Hall International, Inc.

21. Kotler, P. (2000). *Marketing Management*(10th ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.

22. Kotler, P. (2003). *A Framework for Marketing Management* (6th ed.). Prentice Hall, N. J.

23. Mayo, E. J. & Jarvis, J. P. (1981). *The psychology of leisure travel*. Noston, M. A. : CBI Publishing Company, Inc.

24. Mayo, J., White, O., & Eysenck, H. J. (1978). An empirical study of the relation between astrological factors and personality. *Journal of Social Psychology*, 105(2), 229-236.

25. McCrae, R. R. & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social -psychology*, 52(1), 81-9.

26. McGervey, J. D. (1977). A statistical test of sun-sign astrology. *The Zetetic*, 1(2), 49-54.

27. Myers, J. H. (1996). *Segmentation and positioning for strategic marketing decision*. Chicago: American Marketing Association.

28. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 34-37.

29. Pride, W. M., & Farell, O. C. (1991). *Marketing*. (7th ed.), Houghton Mifflin.

30. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for

internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monograph*, 80, 1-28. 31. Russell, J. & Wagstaff, G. F. (1983). Extraversion, neuroticism and time of birth. *British Journal of Social Psychology*, 22(1), 27-31. 32. Saklofske, D. H., Kelly, I. W. & Mckerracher, D. W. (1982). An empirical study of personality and astrological factors. *Journal of Social Psychology*, 110(2), 275-28. 33. Shim, S. (1996). Adolescent consumer decision-making styles: The consumer socialization perspective. *Psychology & Marketing*, 13, 547-569. 34. Silverman, B. (1971). Studies of astrology. *Journal of Psychology*, 1971(2), 141-149. 35. Smith, W. R. (1956). Product differentiation and market segmentation as alternative marketing strategies. *Journal of Marketing*, 21, 3. 36. Sproles, G. B. & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decision-making styles. *The Journal of Consumer Affairs*, 20, 267-279. 37. Sproles, G. B. (1985). From perfectionism to fadism: Measuring consumer's decision-making styles. *Proceedings of American Council on Consumer Interests*, 79-85. 38. Wells, W. D. & Tigert, D. (1971). Activities, interests, and opinions. *Journal of Advertising Research*, 11, 27-35. 39. Wells, W. D. (1975). Psychographics: A critical review. *Journal of Marketing Research*, 12, 196-197.