

A Study on the Relationship between Life Style of Consumers and Multinational Furniture Product Satisfaction-Take IKEA f

趙立國、洪朝陽

E-mail: 9707912@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

As fast development of economy, the improvement of social diversification and living standard, and influence of living styles from Europe, America, Japan, etc, the demands for the imported furniture increase day by day. This research tries to analyze the relationships between consumers' living styles and satisfaction and then to reveal consumers' preference toward imported furniture and also examine consumers' different product preference through different points of views of living styles for improving better managing tactics. This research takes consumer's varied living styles and their characteristics as key factors to analyze consumers' satisfaction. The object of this research is IKEA's consumers. The data would be collected by questionnaires and analyzed by descriptive statistics, Reliability, validity, Factor Analysis, t-test, and One-Way ANOVA. The result indicates that consumers' varied living styles don't affect the satisfaction. Age levels and education levels only have slight influence on satisfaction. However, the rest of factors don't bring out any significance. This means that consumers' satisfaction towards IKEA are divided into mainly levels. At the top of IKEA's satisfaction pyramid is their company image, then service qualities, and then the qualities of the products. However, at the bottom of the pyramid is reasonable pricing.

Keywords : living style ; satisfaction ; multinational furniture

Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	v	內容目錄	v
vi 表目錄	viii	圖目錄	viii
x 第一章 緒論	1	第一節 研究背景	1
1 第二節 研究問題與目的	2	第三節 研究步驟	2
3 第二章 文獻探討	5	第一節 家具業的發展	5
5 第二節 跨國企業	8	第三節 IKEA的引進	8
9 第四節 生活型態	11	第五節 滿意度	17
第三章 研究方法	20	第一節 研究架構	20
20 第二節 研究假說	21	第三節 操作性定義及問卷設計	21
22 第四節 分析工具與分析方法	27	第四章 資料分析	30
30 第一節 資料樣本結構分析	30	第二節 信度與效度分析	30
33 第三節 生活型態與滿意度因素分析	35	第四節 生活型態對消費者滿意度之差異分析	44
44 第五節 消費者特性對消費者滿意度之差異分析	46	第六節 本研究假設檢定	55
結論與建議	56	第五章 結論	56
第二節 研究建議	58	第三節 後續研究方向	59
60 附錄A 研究問卷	65	參考文獻	60
目錄表 2-1 生活型態構面	16	表 3-1 消費者特性衡量構面與題項內容	22
22 表 3-2 生活型態衡量構面與題項內容	24	表 3-3 滿意度衡量構面與題項內容	26
26 表 4-1 人口統計變項樣本分析表	32	表 4-2 生活型態與滿意度量表之Cronbach's 值	33
33 表 4-3 生活型態與滿意度量表之特徵值、解釋變異量	34	表 4-4 生活型態命名特徵值解釋變異量累積解釋變異量	36
36 表 4-5 生活型態因素負荷量	37	表 4-6 生活型態百分比統計表	38
38 表 4-7 滿意度命名特徵值解釋變異量累積解釋變異量	39	表 4-8 滿意度因素負荷量	40
40 表 4-9 滿意度平均數統計表	41	表 4-10 服務品質各題項平均數統計表	42
42 表 4-11 產品品質各題項平均數統計表	42	表 4-12 企業形象各題項平均數統計表	43
43 表 4-13 價格合理各題項平均數統計表	44	表 4-14 生活型態與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	45
45 表 4-15 生活型態與消費者滿意度平均數	45	表 4-16 性別與消費者滿意度因素構面t檢定	46
46 表 4-17 年齡與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	47		

表 4-18 年齡對消費者滿意度平均數	48	表 4-19 年齡對消費者滿意度事後比較	49
表 4-20 教育程度與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	50	表 4-21 教育程度對消費者滿意度平均數	50
表 4-22 年齡對消費者滿意度事後比較	51	表 4-23 職業與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	52
表 4-24 每月所得與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	53	表 4-25 出國次數與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	53
表 4-26 國外停留時間與消費者滿意度因素構面ANOVA分析	54	表 4-27 假設檢定結果	55
圖 2-1 生活型態與購買決策之關係	12	圖 2-2 生活型態影響消費者行為方式	13
圖 2-3 生活型態與購買過程	14	圖 2-4 顧客滿意度瑞典模式	18
圖 3-1 研究架構	20		

REFERENCES

一、中文部份 方世榮(2003), 行銷管理學, 台北:東華書局。毛曉夫(1997), 來源國形象對顧客滿意度之影響 - 以ELM模型為理論基礎, 國立政治大學國際貿易研究所未出版之碩士論文。李柏傑(2005), 電信產品與服務品質對顧客滿意度、信任及再購意願關係之探討 - 以企業客戶為例, 私立銘傳大學管理研究所未出版之碩士論文。李昭男(2002), 服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響 - 以國產車原廠汽車服務廠為例, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。吳忻頤(2005), 文化產業的消費與創意 - 以IKEA居家生活產業為例, 私立佛光人文大學社會學系研究所未出版之碩士論文。何宜君(1999), 消費者認知之產品品質、服務品質及價格對滿意度及忠誠度之影響—以三種有行性比重不同服務業之比較, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。紀麗君(2004), 中華民國全國工業總會服務網 - 家具產業透視[線上資料], 來源: <http://www.cnfi.org.tw/kmportal/front/bin/home.phtml>[2007, December 3]。聯華電子(2007), 人力資源 - 休閒與活動[線上資料], 來源: <http://www.umc-hr.com/5-1.htm>[2007, December 10]。許士軍(1988), 用行銷眼光掃描生活型態, 卓越雜誌, 41, 28-30。陳宜楓(2004), 現代居家用品店的市場地理研究 - 以特力屋、生活工場及宜家為例, 國立台灣師範大學地理研究所未出版之碩士論文。陳俊華(2007), 咖啡連鎖店消費者行為、生活型態與消費者滿意度之研究 - 以85度C咖啡蛋糕烘焙專賣店為例, 私立朝陽科技大學休閒事業管理研究所未出版之碩士論文。陳文麗(2003), 空間印象、生活型態與忠誠度關係之研究:以星巴克為例, 國立中原大學室內設計研究所未出版之碩士論文。陳佳妤(2006), 不同通路型態對產品品質、服務品質和顧客滿意度之影響 - 以香水產品為例, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳瑞鈴(2004), 消費者人口統計變數與生活型態對手機購買行為之影響, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳珮筠(2005), 市場區隔與消費者生活型態對消費行為之影響 - 以屏東市量販店為例, 國立屏東科技大學農企管理系未出版之碩士論文。張聖德(2007), 台灣自有品牌家具業導入設計行銷之輔助效益, 國立雲林科技大學工業設計研究所未出版之碩士論文。潭大純, 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生活量表為例, 調查研究, 8, 79-102。鄒茂雄(1999), 台灣家具產業的過去與現況, 木工家具雜誌, 198, 80-86。劉彥麟(2004), IKEA國際化過程之研究, 私立淡江大學經濟研究所未出版之碩士論文。鄭凱若(2006), 運用結構方程模式探討產品品質、服務品質、顧客滿意度、商店形象與顧客忠誠度之關係 - 以咖啡連鎖店為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。錢建宏(2003), 咖啡連鎖店消費者行為之研究 - 以高雄市咖啡連鎖店為例, 國立屏東科技大學農企管理系研究所未出版之碩士論文。戴銘洲(2003), 家具產業之價值整合商業模式研究, 國立台灣大學國際企業學系研究所未出版之碩士論文。魏道駿(1993), 台北市家具消費者購買行為之研究, 國立台灣大學森林研究所未出版之碩士論文。

二、英文部分 Cardozo, R. M. (1965). An experimental study of consumer effort, expectation and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249. Engal, J. F., Kollat, D. T., & Blockwell, R. D. (1986). *Consumer Behavior* 3rd ed., Reading In Attitude Theory and Measurement. Formell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1992). *Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy*, (5th ed.). 326. Chicago: Richard D. Irwin. Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with reading*, (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37. Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, D. (1984). *Consumer Behavior* (4th ed.). New York: Dryden Press, 189. William, L. (1963). Life Style Concept and Marketing. *Proceedings of the American Marketing Association*, 130-139. Muller, W. (1991). Gaining Competitive Advantage Through Customer Satisfaction. *European Management Journal*, 201-221. Oliver, R. L. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retailing setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 25-48. Plummer, J. T. (1974). The concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37. Singh, J. (1991). Understanding the structure of consumers, satisfaction evaluation of service delivery. *Journal of Marketing Science*, 19(3), 223-234. Hustard, T. P., & Pessemier, E. A. (1974). The development and application of psychographic life style and associated activity and attitude measures. In William D. Wells (Ed.). *Life style and psychographics*, 34. Chicago: American Marketing Association. Yoram, W., Green, P. E. (1974). Some Conceptual, Measurement and analytical problems in life style research. In William D. Wells (Ed.). *Life Style and psychographics*, 108. Chicago: American Marketing Association.