

運動用品專櫃消費者購買行為與商店形象之探討：以台中市百貨公司為例

謝文翔、雷文谷

E-mail: 9708147@mail.dyu.edu.tw

摘要

本研究主要目的是針對運動用品專櫃消費者購買行為進行調查。並以台中市百貨公司消費者為研究對象進行問卷調查，並利用便利取樣的方式進行取樣，共計發出問卷250份問卷，回收之有效問卷共91份，有效問卷回收率為36.4%，經統計分析後發現：1.運動用品專櫃消費者生活型態，以「生活品味」構面最為明顯、其次是「追求新知」，而以「精打細算」及「規律生活」等類型較不明顯。2.運動用品專櫃消費者在商店形象重視程度方面，以「商品選擇性」得分最高。3.運動用品專櫃消費者在商店形象滿意度方面，以「商品選擇性」得分最高。4.不同平均消費金額運動用品專櫃消費者在生活型態之「生活品味型」構面有顯著差異，在其它類型生活型態上皆無顯著差異。5.不同平均消費金額運動用品專櫃消費者在商店形象重視程度之「軟硬體設施」上有顯著差異，在其它商店形象構面之重視程度上皆無顯著差異。6.不同平均消費金額運動用品專櫃消費者僅在商店形象滿意度之「商品選擇性」上有顯著差異，在其它商店形象構面之滿意度上皆無顯著差異。7.運動用品專櫃消費者在生活型態上越注重「社群參與」、「規律生活」及「生活品味」者其對商店形象的重視度越高。8.運動用品專櫃消費者在生活型態上越注重「追求新知」、「生活品味」及「都會時尚」者其對商店形象的滿意度越高。

關鍵詞：百貨公司；生活型態；購買行為；滿意度

目錄

中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭	vi	內容目錄	vi
vii 表目錄	ix	圖目錄	ix
xi 第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
1 第二節 研究目的	3	第三節 研究問題	3
4 第四節 研究範圍	5	第五節 名詞操作型定義	5
5 第六節 研究限制	6	第二章 文獻探討	6
7 第一節 百貨公司的起源與演進歷程	7	第二節 消費者行為理論	7
18 第三節 生活型態	27	第四節 商店形象	27
32 第五節 商店形象構面	35	第六節 商店形象與消費者行為	35
41 第三章 研究方法	50	第一節 研究流程	41
50 第二節 研究對象與取樣	52	第二節 研究工具	50
52 第三節 信度與效度分析	56	第三節 資料分析方法	52
57 第四章 結果與討論	59	第一節 運動用品專櫃消費者特徵	57
59 第二節 運動用品專櫃消費者購買行為	62	第二節 運動用品專櫃消費者生活型態	59
65 第三節 運動用品專櫃消費者對商店形象重視程度	66	第三節 運動用品專櫃消費者對商店形象滿意程度	65
67 第四節 運動用品專櫃消費者對商店形象滿意程度、商店形象重視程度與商店形象滿意程度之差異	68	第四節 運動用品專櫃不同生活型態消費者與商店形象重視程度、商店形象滿意度之相關情況	67
72 第五章 結論與建議	75	第一節 結論	72
75 第二節 建議	76	第二節 參考文獻	75
79 附錄 研究問卷	86		79

參考文獻

別蓮蒂(2000), 生活型態白皮書2000年台灣消費習慣調查報告, E-ICP 研究中心策劃, 臺北市:商業周刊出版:城邦文化發行。榮泰生(1999), 消費者行為, 台北:五南圖書出版公司。唐雪萍(1991), 倉庫型銷售店消費者購買行為之研究, 國立中興大學企業管理研究所未出版之碩士論文。李宏仁(2006), 「顧客-公司認同」及其影響因素之探討 - 以台北市百貨公司的顧客為例, 國立東華大學企業管理學系碩士班未出版之碩士論文。林文立(1996), 日本行銷經驗在台灣, 台中市:達美文化事業。林存德(1999), 零售危機電腦化的危機與

契機，資訊與電腦，6，57-63。林專玲，陳正倉(1999)，統計學---方法與應用，台北:雙葉書廊。高丘蓉(1997)，連鎖便利商店與大型量販店商店印象及購買決策之比較研究，私立淡江大學國貿所未出版之碩士論文。黃建中(2002)，高雄市百貨公司消費者購買行為與商店形象之探討，國立中山大學企業管理系碩士在職專班未出版之碩士論文。黃俊英(2000)，行銷管理—策略性的觀點，初版，台北:華泰書局。簡正儒(1997)，不同百貨公司類型之顧客群及其消費行為差異探討，民意研究季刊，202。許英傑(1997):流通經營未來，台北市，書華出版。周美秀(1994)，台北市百貨公司商店印象與惠顧行為關係之研究，私立銘傳管理學院管科所未出版之碩士論文。周泰華，杜富燕(1997)，零售管理，台北:華泰書局。張幸宜(1995)，台北市百貨公司消費者商店印象與購買行為之研究，國立台灣大學商研所未出版之碩士論文。張愛華(1977)，消費者商店印象之研究，國立政治大學企研所碩士班未出版之碩士論文。陳明分(1991)，顧客商店印象之研究---以台南地區良美、東帝士及遠東百貨為例，國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。陳貞樺(1999)，台北市百貨公司經營型態與空間區位之研究，國立台灣師大地理研究所之碩士論文。陳順宇(1998)，多變量分析，初版，台北:華泰書局。陳榮方，劉季貞(1997)，都會型百貨公司消費者行為之研究—以高雄地區為例，高雄科學技術學院學報，27。沈迪銘(1994)，商店印象、商店選擇與惠顧行為之關係研究，國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭吉成(2002)，台中市百貨公司時空發展歷程之研究，國立臺灣師範大學地理研究所未出版之碩士論文。嚴偉翠(1990)，百貨公司商店印象與購買決策之相關性研究崇光百貨公司與中興百貨公司之實證研究，國立台灣大學商研所未出版之碩士論文。嚴盛堂(1980)，台北市百貨公司購買者生活方式之研究，國立交通大學管研所未出版之碩士論文。吳萬益，林清河山(2000)，企業研究方法(初版)，台北:華泰書局。翁玉倩(1996)，高雄市百貨公司與大型量販店顧客消費行為之比較，國立成功大學未出版之碩士論文。

二、英文部份 Alfred R. O. (1974). Developing a Favorable Price-Quality Image. *Journal of Retailing*, 50, 90. Berman, B. & Evans J. R. (1978). *Retail Management: A Strategic Approach*,. New York: Macmillan Publishing Co. Inc, 125. Danny R. A., Capella, L. M., & Smith, G. D. (1983). *Strategic Retail Management*, Reading, Mass: Addison-Wesley, 172~195. Demby, E. (1973). *Lifestyle and Psychographics*, Chicago: William D.Wells, 22. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior* (7th ed.). Chicago: Dryden. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1990). *Consumer Behavior* (6rd ed.). Chicago: Dryden, 587. Fisk, G. (1961). A Conceptual Model for Studying Customer Image, *Journal of Retailing*, 37(4), 5. Lindquist, J. D.(1974). Meaning of Image, *Journal of Retailing*,50(4), 31-32. Kunkel, J. H. & Berry, L. L. (1968). A Behavioral Conception of Re-tail Image, *Journal of Marketing*, 32, 21-28. Boulding, K. E. (1956). *The Image*. Ann Arbor: University of Michigan Press. Kotler, P. (1998). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and control* (9th ed.). New York: Prentice Hall Inc. Lazer, W. (1963, Dec.). Life Style Concept and Marketing, *Proceedings of the American Marketing Association*, 130-139. Loudon, D. L. & Bitta, D. (1988). *Consumer Behavior Concepts and Application* (3rd Ed.). New York: McGraw-Hill. Zimmer, M. R. & Golden, L. L. (1988). Impressions of Retail Stores: A Content Analysis of Consumer Image, *Journal of Retailing*, 64(3), 281. Monroe, K. B. & Gultinan, J. P.(1975). A Path-Analytic Exploration of Retail Patronage Influences, *Journal of Consumer Research*, 2(1), 21. Martineau, P. (1958). *The Personality of Retail Store*, Harvard Business Review, 36, 47-55. Macpherson, K. L. (1998). *Asian Department Stores*, Honolulu:University of Hawaii Press. Nicosia, F. M.(1968),*Consumer Decision Process, Marketing and Advertising Implication*, New York: Prentice Hall Inc., 29. Nunnally, J. C. (1978) *Psychometric theory*(2nd ed). New York: McGraw-Hill. Peterson, R. A. & Kerin, R. A. (1983), *Store Image Measurement in Patronage Behavior Research: Face and Artifact*, *Patronage Behavior and Retail Management*, New York: W.R. Darden & R. F. Lusch, 47. Peter, J. P., & Olson, J. C. (2005). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill/Irwin. Plummer, J. T. (1974), *The Concept and Application of Life Style Segmentation*, *Journal of Marketing*, 38(1), 34. Pratt, Jr. W. R. (1974), *Measuring Purchase Behavior*, New York: McGraw-Hill, 3. Reynolds, F. D. & Wells, W. D.(1977), *Consumer Behavior*, New York: McGraw-Hill. Reynolds, F. D. & Darden, W. R.(1974), *Constructing Life Style and Psychographics*, *Lifestyle and Psychographics*, Chicago: William D. Wells ed. Stephenson R. P. (1969), *Identifying Determinants of Retail Patronage*, *Journal of Marketing*, 33, 59. Hansen, R. A. & Deutscher, T. (1977), *An Empirical Investigation of Attribute Importance in Retail Store Selection*, *Journal of Re-tailing*, 53(4), 67. Rudolph, W. S. (1977), *Lifestyle Research Inappropriate for Some categories of Product*, *Marketing New*, 10(17), 234-239. Sheth, J. N. (1983), *Patronage Behavior and Retail Management*. New York: William R. Darden and Robert F. Lusch. Spiggle, S. & Sewall, M. A.(1987), *A Choice Sets Model of Retail Selection*, *Journal of Marketing*, 51, 98. Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L (1991), *Consumer Behavior*(2nd ed.), New Jersey: Prentice-Hall, 4. Stern, Louis W., El-Ansary, Adel I. (1992): *Marketing channels*(3rd ed.), New Jersey:Prentice Hall International,Inc. Williams, T. G. (1982), *Consumer Behavior Fundamental and Strategies*, West Publishing : St. Paul Minn , 5. Walters, C. G. & Paul W. G. (1970),*Consumer Behaviors:an Inter-grated Framework*, Irwin :Richard D.,7.