

The Research of Life Style , Information Search of the New Female Immigrant in Taiwan on Consumer Behavior

林靖宜、鍾育明

E-mail: 9805427@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

It has been more than 30 years since increasing number of female foreigners, mostly from southeast Asia, have migrated to Taiwan through marriage. They are usu-ally coined as “ new female immigrants ” . Their number has reached more than 400,000, and their significant presence has influenced the consumer market in Taiwan. For ex-ample, restaurants and food stands that offer Thai foods, Vietnam rice noodles (Pho Vietnam), garments with southeast styles, and many daily necessities have already be-come indispensable in Taiwanese culture.

This study aims to understand how lifestyles and information searching of New Female Immigrants influence their purchasing behaviors by investigating the relation-ships between the three factors.

Questionnaire survey procedure is adopted in this study to New Female Immi-grants residing in Zhanghua County on their purchasing behaviors on garments, life-styles, information searching, and demographic statistics.

Data gathered from questionnaires were analyzed using factor analysis and cluster analysis to determine the groupings of lifestyles and information searching. Chi-square test is applied against the hypotheses of this study.

We find out in the study that:

1. There are significant differences between lifestyle groups on evaluation, chan-nel, and amount of purchasing, but not on motivation and time.
2. There are significant differences between information searching groups on mo-tivation, evaluation, channel, and amount of purchasing, but not on ‘ time ’ .
3. Subjects in each lifestyle groups are distributed to each information searching groups unevenly.

Keywords : life style、 information search、 consumer behavior、 new female immi-grant

Table of Contents

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	xi
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	4
第三節 研究範圍	4
第四節 研究流程	4
第二章 文獻探討	6
第一節 生活型態	6
第二節 資訊搜尋	13
第三節 消費者行為	19
第三章 研究方法	31
第一節 研究架構	31
第二節 研究變項之操作性定義	32
第三節 研究假設	33
第四節 研究工具	35
第五節 研究對象與調查法	42
第四章 資料分析與結果	44

第一節	樣本基本資料分析	44
第二節	生活型態、資訊搜尋因素分析	48
第三節	問卷之信度與效度分析	53
第四節	生活型態、資訊搜尋集群	55
第五節	研究假設檢定	58
第六節	研究假說分析結果	68
第五章	結論與建議	70
第一節	結論	70
第二節	研究建議與研究限制	75
參考文獻	78
附錄	研究問卷	89

表目錄

表 1-1	新移民人口統計	3
表 2-1	生活型態定義	6
表 2-2	生活型態的四個構面表	11
表 2-3	生活型態變數與消費行為	12
表 2-4	資訊搜尋行為	15
表 2-5	消費者資訊來源相關文獻	17
表 2-6	資訊搜尋變項與消費行為相關之研究	18
表 2-7	消費者行為的定義	19
表 2-8	影響消費者行為之因素	24
表 2-9	服飾消費行為之相關研究	29
表 3-1	生活型態量表題項及命題參考文獻	36
表 3-2	資訊搜尋量表題項及命題參考文獻	37
表 3-3	消費行為量表題項及命題參考文獻	38
表 3-4	人口統計變項及其他變項	39
表 3-5	預試問卷各變項量表之信度分析	40
表 4-1	樣本人口資料統計表	45
表 4-2	消費行為資料統計表	47
表 4-3	量表因素分析之適合度檢定	48
表 4-4	生活型態因素分析結果	49
表 4-5	生活學習因素結構表	50
表 4-6	重視家庭因素結構表	50
表 4-7	健康便利因素結構表	51
表 4-8	獨立自主因素結構表	51
表 4-9	時尚流行因素結構表	52
表 4-10	理性便利因素結構表	52
表 4-11	個人資訊搜尋因素結構表	53
表 4-12	非個人資訊搜尋因素結構表	53
表 4-13	資訊搜尋與生活型態量表之Cronbach ' s	54
表 4-14	研究變項的共同性檢定	54
表 4-15	wilk ' s Lambda值	56
表 4-16	集群區別效果	56

表 4-17 生活型態及資訊搜尋因素構面轉軸後之平均值 . . .	57
表 4-18 購買動機卡方檢定之彙總摘要表	59
表 4-19 不同生活型態消費者在購買動機之分佈表	59
表 4-20 不同資訊搜尋消費者在購買動機之分佈	59
表 4-21 購買評估卡方檢定之彙總摘要	60
表 4-22 不同生活型態消費者在購買評估之分佈	61
表 4-23 不同資訊搜尋消費者在購買評估之分佈	61
表 4-24 購買通路卡方檢定之彙總摘要表	62
表 4-25 不同生活型態消費者在購買通路之分佈	63
表 4-26 不同資訊搜尋消費者在購買通路之分佈	63
表 4-27 購買時機卡方檢定之彙總摘要表	64
表 4-28 不同生活型態消費者在消費時機之分佈	65
表 4-29 不同資訊搜尋消費者在消費時機之分佈	65
表 4-30 購買金額卡方檢定之彙總摘要表	66
表 4-31 不同生活型態消費者在購買金額之分佈	66
表 4-32 不同資訊搜尋消費者在購買金額之分佈	67
表 4-33 生活型態對資訊搜尋卡方檢定之彙總摘要表	68
表 4-34 不同生活型態消費者在不同資訊搜尋之分佈	68
表 4-35 研究假說結果總表	69

圖目錄

圖 1-1 研究流程	5
圖 2-1 生活型態對購買決策之影響	8
圖 2-2 資訊搜尋行為過程參考圖	14
圖 2-3 內部與外部搜尋行為的影響因子	16
圖 2-4 Nicosia 消費者購買行為模式	21
圖 2-5 S O R 消費者行為模式	22
圖 2-6 消費者特性的一般性與特殊性連續尺	23
圖 2-7 Kotler 消費者行為模式	25
圖 2-8 EKB 消費者決策模型	27
圖 3-1 研究架構	31

REFERENCES

一、中文部分 Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (2001), 消費者行為(謝文雀譯), 台北市:華泰文化事業股份有限公司。內政部戶政司網站(2008), 外籍配偶人口統計月報, 來源: <http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st1-0.html> [2008, September 15]。呂俐蓉(2003), 遊客在谷關溫泉旅遊前資訊搜尋策略之研究, 私立南華大學旅遊事業管理學系未出版之碩士論文。李宜霏(2008), 青少年價值觀生活型態與消費行為關聯性研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。李麗香(2003), 行動電話預付卡外籍勞工消費行為研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。?泰郎(2006), 消費者生活型態、涉入程?與消費?為之關?性研究, 私立南台科技大學高階主管企管研究所未出版之碩士?文。吳書儀(2006), 消費者產品涉入與購買決策應用於連鎖便利商店鮮食產品之研究, 國立屏東科技大學農企業管理學系未出版之碩士論文。吳?隆(2006), spss統計應用學習實務, 台北:知城文化事業股份有限公司。林靜宜(2003), 夫妻權力對婦女服裝消費行為之影響研究, 國立台灣師範大學人類發展與家庭學系未出版之碩士論文。林淑真(2001), 生活型態與購買涉入對品牌權益的影響研究—以電子字典為例, 國立政治大學廣告研究所未出版之碩士論文。林靈宏(1994), 消費行為, 台北:五南文化事業股份有限公司。施振銘(1998), 職業婦女對上班穿著服飾之消費行為研究, 私立淡江大學國際企業學研究所未出版之碩士論文。馬奇瑞(2003), 國內醫師選擇保健食本之行為研究。國立成功大學管理學系未出版之碩士論文。夏曉鶯(2000), 外籍新娘現象之媒體建構, 台?:台灣社會研究季刊, 43期, 157-160。夏曉鶯(2002), ??尋岸 - 資本國際化下的「外籍新娘」現象, 台?:台灣社會研究雜誌社, 48期, 162-163。唐祖湘(2001), 家庭服裝消費空間選擇之研究-以永和市婦女代理消費者為例, 東吳社會學報, 11, 43-77。許世彥(1999), 台灣自行車消費者購買行為之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。郭盈本(1996), 家庭中夫妻購買決策之研究-以織品服裝產品為例, 私立輔仁大學織品服裝研究所未出版之碩士論文。陳俊碩(2004), 品牌來源國形象、產品知識與產品涉入程度對消費者購買決策影響之研究-以保險與餐飲服務為例, 私立真理大學管理科學研究所未出版之碩士論文。陳慧珍(2006), 外籍新娘對異國婚姻家庭消費行為影響研究, 私立大葉大學人力資源暨公共關係學系未出版之碩士論文。陳鑑汶(2002), 休旅車消費者購買決策的型態及行銷策略研究, 國立成功大學高階管理碩士在職專班未出版之碩士論文。陳宏明(2003), 有限電視購物頻道收視者之消費行為與市場區隔之研究, 國立交通

大學經營管理研究所出版之碩士論文。陳香君(2005), 跨國?台越南?性配偶消費實踐之研究-以穿著打扮為?, 國?中興大學?銷學系未出版之碩士論文。陳雅如(2005), 產品屬性與生活型態影響消費者購買決策之研究 - 以寢具用品為例, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。蔡崇明(1986), 台北市仕女服飾潛在市場及其購買行為之研究。私立淡江大學管理科學研究所未出版之碩士論文。焦經隆(2003), 女性消費者產品涉入對知覺風險、資訊搜尋及散佈之影響-以健康食品為例, 國立成功大學管理學系未出版之碩士論文。梁光禔(1997), 大學校園年輕女生流行服飾消費群體特質之研究, 私立輔仁大學織品服裝研究所未出版之碩士論文。張貴英(1996), 買賣的婚姻 - 東南亞新娘的交叉剝削圖像, ?誌, 8, 37-39。張婉瑜(2003), 台灣童書市場圖書資訊傳遞行為之研究—以新竹市國小學童家長為例, 私立南華大學出版學研究所未出版之碩士論文。黃仲良(2005), 探討不同生活型態的傳統茶飲消費者在消費行為之比較 - 以東莞市台商及人民為例, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。黃秀琪(1996), 職業婦女服飾消費行為研究, 私立東海大學企業管理研究所未出版之碩士論文。黃瑞群(1999), 消費者購買行動電話之資訊搜尋行為研究, 私立輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文。黃雅芬(1999), 口耳相傳效果對消費者行為之影響, 國立政治大學國際貿易未出版之碩士論文。黃素卿(1987), 台北市已婚婦女成衣消費行為之研究, 私立中國文化大學家政學研究所未出版之碩士論文。葉佳宜(2002), 大型購物中心之區位與消費者生活型態對消費行為之影響研究, 國立交通大學管理科學系未出版之碩士班。葉乃靜(2007), 結構與資訊行為:台灣越南配偶研究, 圖書資訊學研究, 12, 81-96。楊承浩(2005), 在台外籍人士生活型態、購物地點對消費行為影響之研究, 私立大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。鄭玲玲(1986), 婦女的消費行為與消費者意識?-職業婦女與家庭主婦之比較研究, 私立中國文化大學家政學研究所未出版之碩士論文。劉根維(2003), 生活型態、知覺風險及性別角色對於消費者行為之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。劉熙慧(2003), 百貨公司卡友來店禮消費者特性與生活型態之研究 - 以高雄地區居民為例, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。蔡淑如(2005), 生活型態、消費者涉入對文化創意產業工藝產品購買行為之影響, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。魏淑玲(2001), 臺灣地區家庭低涉入產品之市場區隔研究以家庭食用油為例, 國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。魏錫鈴(2000), 行動電話消費者購買行為及其市場區隔之研究-以北部地區居民為例, 國立交通大學經營管理研究所未出版之碩士論文。顏承章(2003), 大學生生活型態及其資訊搜尋行為之研究以手機產品資訊為例, 私立中國文化大學資訊傳播研究所未出版之碩士?文。蘇俸卉(2004), 台灣地區越南新娘消費?為之研究-以保養用化妝品為?。私立台中健康暨管?學院國際企業研究所未出版之碩士?文。蕭昭娟(2000), 國際遷移之調適研究:以彰化縣社頭鄉外籍新娘為?, 國?台灣師範大學?學系未出版之碩士?文。羅安琍(2000), 不同家庭生命週期語社經背景婦女之服飾消費行為研究。國立師範大學家政教育研究所未出版之碩士?文。羅博銘(2003), 大學生對綠色消費品之消費行為研究—以雲嘉地區為例, 私立南華大學環境管理研究所未出版之碩士論文。二、英文部分Beatty, S., & Smith, S. (1987). External Search Effort: An Investigation Across Several Product Categories. *Journal of Consumer Research*, 83-95.Beaudoin, P., Moore, M. A., & Goldsmith, R. E. (2000). Fashion Leaders' and followers' attitudes toward buying domestic and imported apparel. *Clothing and Textiles Research Journal*, 18(1), 56-64.Beales, H., Japis, M. B., Salop, S. C., & Staelin, R. (1981). Consumer Search and Public Policy. *Journal of Consumer Research*, 8, 12.Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed.). Fort Worth, Tex: Harcourt College Publishers.Blackwell, R. D., Engel, J. F. & Miniard, P.W. (2000). *Consumer Behavior* (7th ed.). The Drained Press, 53.Demby, E. (1973). Psychographics and form Where It Comes, Life-style and Psychographics, Chicago, William D. Wells edition, AMA.Engel, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (7th ed.). Philadelphia: The Dryden Press.Engel, J. F., Kollat, D. T. & Blackwell, R. D. (1978). *Consumer Behavior* (3th ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.Harps-Logan (1997). comparison of clothing buying practices: Middle-class black and white women. *Journal of Family and Consumer Sciences*, 16-21.Hawkins, D. I., Roger, D., Kenneth, J. B., & Coney, K. A. (1995). *Consumer Behavior: Implication for Marketing Strategy*(6th ed.). Irwin, Inc.Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (8th ed.). London: Irwin McGraw-Hill.James, F., Engel., Roger., Blackwell, D., & Paul, W. Miniard. (1995). *Consumer Behavior* (7th ed.), 190, 台北:台北書局。James, F., Engel., Roger, D., Blackwell., & David, T. Kollat .(1982). *Consumer Behavior* (4th ed.), 189, 台北:台北書局。Joseph, F. H., Rolph, E. A. & Ronald, L. (1987). *Tatham, Multivariate, Data and Analysis with Reading*, New York: Mac Millan Publishing Co.Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.Kotler, P. (1994). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.Krikelas, J. (1983). Information-Seeking Behavior : Patterns and Concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2), 5-20.Lazer, William. (1963). Life Style Concept and Marketing. *Proceedings of the American Marketing Association*, 130-139.Nicosia, F. M. (1968). *Consumer Decision Process: Marketing and Advertising Implication*. New Jersey: Prentice-Hall Inc. 156Orlando., F. D., & Press. P. K. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.Orsay, K. (1999). Market segmentation by using consumer lifestyle dimensions and ethnocentrism an empirical study. *European Journal of Marketing*, 33, 470-487.Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38, 33-37.Reynolds, & Darden, W. R. (1974). Constructing Life Style and Psychographics, *Lifestyle and Psychographics*. Chicago, William D. Wells edition, AMA.Schmidt, J. B., & Spreng, R. A. (1996). A Proposed Model of External Consumer Information Search. *Journal of Academy of Marketing Science*, 24, 246-256.Solomon, M. R. (1999). *Consumer Behavior* (4th ed). Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey.Srinivasan, N. (1986). A Path Analytic Model of External Search for Information for New Automobiles. In *Advances in Consumer Research*, 14, 319-322.Wells, W. D. & Tigert, D. J. (1971). Activities, Interest, Opinions. *Journal of Advertising Research*, 11, 27-35.Wirtz, J., & Chew, P. (2002). The Effects of Incentives, Deal Prone-ness, Satisfaction and Tie Strength on Word-of-Mouth Behavior, *International Journal of Service Industry Management*, 13(2), 141-162.Zaltman, G. & Wallendorf, M. (2000). *Consumer Behavior Basic Findings and Management Implications*, New York: John- Wiley & Sons, 622-624.