

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

促銷方式、知覺價值、知覺品質和銷售通路對消費者購買意願的影響-以智慧型手機為例

學生：劉彥祥

林明諺

林益宋

指導老師：楊政學 博士

中華民國一百一十年六月

摘要

在現今的手機產業跟隨著時代進步，廠商為了要提升銷售量，而產生出多種的促銷方案以及推廣自家品牌，進而提升知覺價值，增加銷售量而壓縮成本，帶來更優惠的促銷方式。本研究將針對現代消費者不同的年齡、性別等等基本資料，並對消費者進行調查有關於促銷方式、知覺價值、知覺品質和銷售通路對消費者購買意願的影響-以智慧型手機為例，想要了解消費者購買手機時，促銷方式、知覺價值、知覺品質和銷售通路，對於消費者而言是否有影響。

問卷針對各年齡層的使用者作為研究範圍，以台灣北、中、南地區的使用者當作樣本對象。研究結果顯示填寫問卷 202 份、有效問卷 199 份、有效回收率 98.51%。本研究使用 SPSS 19 進行敘述統計、T 檢定、ANOVA 分析與線性迴歸分析，並把內容做最後的統整。

本研究發現以下幾點結論與建議：

- (1) 不管薪資與年齡是多少，人們平均 2~3 年換一次手機。
- (2) 女性對於手機的知覺品質是較為在意的。
- (3) 更多的促銷方式會提升消費者的購買意願。
- (4) 消費者對手機的知覺品質是在意的。
- (5) 多樣化的通路，能吸引消費者去購買產品。

【關鍵詞】 促銷方式、知覺價值、知覺品質、銷售通路、購買意願