

# 明新科技大學

## 企業管理系

### 畢業專題研究報告

實體零售企業如何面對競爭－區域型百貨  
品牌印象與消費行為及顧客滿意度分析

學生：林郁含 陳奕誼  
梁貴娟 張庭瑜  
陳愉靜

指導老師：易青雲 老師

中華民國一百零六年十二月

## 摘 要

由於近年來，百貨業已面臨成長停滯的狀態，不僅受到其他實體零售業態的影響，也因網路使用的普及，市場受到電商的侵蝕，然而網路無法替代傳統百貨所提供的服務與商品可近性，因此業者必須有善改變其經營模式，方能增加消費者的滿意度，以永續經營。對於此境，台灣區域型百貨公司不畏市場的激烈競爭快速崛起，以小而美型態與市區大型百貨較勁，藉著高比例的餐飲聚客、商品規劃做出差異化。由此可知，區域型百貨業者不但要積極的增加新顧客也同時留住老顧客，更應利用商品力、服務力及賣場力，來提升品牌印象與顧客滿意度。

本研究利用問卷調查的方式，以新北某區域型百貨公司為研究範圍，並以到 B 百貨消費的顧客作為研究對象，共發出 550 份問卷，最後回收有效問卷 500 份。探討消費行為、品牌印象及顧客滿意度之間的關係，並將其規劃成研究架構。

本研究目的在於如何透過消費行為、品牌印象及顧客滿意度三種變數之間的關聯，設法提高區域型百貨的來客數與營業額。分析方法使用敘述統計、交叉分析、卡方檢定、獨立樣本 T 檢定、單因子變異數分析及相關分析，以進行統計分析研究。

其結論如下：

1. 不同人口變數與消費行為、品牌印象及顧客滿意度有部分顯著
2. 品牌印象對消費行為有部分顯著相關
3. 品牌印象對顧客滿意度有正相關
4. 消費行為對顧客滿意度無顯著影響

【關鍵詞】消費行為、品牌印象、顧客滿意度