

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

居家鍍膜產品消費者知覺與決策研究

學生：許詠傑 李沛蓁
陳則宇 黃芷薰

指導老師：許宜庭

中華民國一百一十三年五月

摘要

居家鍍膜是近幾年來逐漸在發展的新興行業，大部分的消費者都對此皆不太熟悉。因此本研究結合創新擴散理論探討消費者購買居家鍍膜的心理、行為及購買意願。本研究採用問卷調查，以便利抽樣方式在網路上收集 122 份有效問卷，透過 SPSS 統計工具進行信度、效度以及迴歸分析，探討各個變數對於購買意願的影響。本研究結果顯示：(1)消費者於心動想了解居家鍍膜產品時購買意願會上升。(2)居家鍍膜產品讓消費者覺得有產品迷思，為高級產品較不會有瑕疵，不構成影響購買意願高低。(3)消費者會選擇如居家鍍膜之新興產品來提高社會階層，使消費者得到同階級人士認可。(4)提供消費者試用、詢問居家鍍膜產品或蒐集產品使用意見可間接提升購買意願。(5)居家鍍膜產品因大幅減少打掃時間使購買意願上升。(6)家人給予信心並主動提供居家鍍膜信息以及相互討論居家鍍膜並支持消費者購買居家鍍膜產品會使購買意願上升。(7)重視顧客服務且價格合理會使購買意願上升。因此，本研究期望可提供相關業者做為行銷策略之參考，而基於研究結果建議業者應提升產品認知度以增強消費者對產品的購買意願，並可藉由與 YouTuber、網紅合作，不只讓消費者藉由觀看網紅影片而接收新興產品訊息也可提高產品認知度，進而提高消費者之購買意願。

關鍵字：居家鍍膜 (Home coating)、消費行為 (Consumer Behavior)，社會階層 (Social Class)，購買意願 (Purchase intention)。