

# 高雄市連鎖書店商店印象與消費者購買行為關係之研究

指導老師：陳榮方

組 員：黃冠璋、胡嘉明、徐淑虹、涂麗娟

## 摘 要

臺灣地區自1956年引進連鎖經營後，至今已歷經四十餘年，連鎖經營為國內企業創造諸多正面的效益，最明顯的莫過於展店快速與規模經濟效果。1983年國內第一家連鎖書店—金石堂成立，短短一年之間營業額成長十倍，使得其他大型的傳統書店追隨其後，紛紛改採連鎖經營，並成功地改變消費者的購書習慣。由於連鎖書店相較於其他商店是特別重視商店氣氛與印象的，對於商店經營而言，商店印象是一個存在於消費者心中，隱晦卻可能影響顧客消費行為的因素，因此本研究希望探知連鎖書店商店印象與消費者購買行為間是否存有關聯？

本研究以李克量表做為問卷設計之基礎，以高雄市分店數最多的三家連鎖書店為實證對象，經有效樣本的資料分析，彙整研究結論，摘要如下：

- 一、經由變異數分析(ANOVA)得知，整體商店印象在不同的連鎖書店具有顯著差異，在本研究所探討的三家連鎖書店中，誠品是消費者心中印象最好的書店，金石堂則是消費者心中印象最差的書店。
- 二、經由相關分析得知，整體商店印象與消費者購買行為具有顯著相關，表示商店印象確實與消費者購買行為有關聯存在。
- 三、經由T檢定得知，消費者在各商店印象屬性的重視度與滿意度存有顯著差異，表示消費者心中的預期和實際的滿足感有很大的落差，顯示經營者仍有許多需要改善之處。