

專題題目:LINE 貼圖價值及虛擬社群意識對於使用意圖的影響—以自我呈現為干擾變數

學生：江佩純、謝昀憲、楊雅喬、謝汶珊、馮靜怡

摘要

使用LINE與人聯繫已經形成一個普遍的溝通模式，根據LINE 2017年的官方調查指出，台灣民眾愛用貼圖，使用量是日本的1.5倍，LINE總部創意中心的渡邊尚誠先生歸納最受歡迎的貼圖三大元素是實用、風格、位置。除上述因素外，如何增加貼圖的使用或購買意願，是業者所關心的，亦值得研究。本研究利用LINE貼圖價值來探討LINE貼圖使用意圖的影響性，以虛擬社群意識為中介變數，並以自我呈現為干擾變數。

本研究初步利用訪談來支持各假設之推論，後續採用問卷調查法，以使用LINE貼圖的消費者為研究對象，最終回收有效問卷為218份，利用Process分析，結果如下：(1) 虛擬社群意識對LINE貼圖使用意圖有正向顯著影響。(2)LINE貼圖價值對虛擬社群意識有正向顯著影響，且LINE貼圖價值有透過虛擬社群意識影響LINE貼圖使用意圖。(3)LINE貼圖價值對LINE貼圖使用意圖有正向顯著影響。(4)自我呈現無正向干擾LINE貼圖價值對LINE貼圖使用意圖之影響。(5)自我呈現無正向干擾虛擬社群意識對LINE貼圖使用意圖之影響。根據研究結果，提供建議給業者作為參考。

關鍵詞：LINE 貼圖價值、虛擬社群意識、LINE 貼圖使用意圖、自我呈現

Keyword: Values of Line Sticker, Sense of Virtual Community, Use Intention of Line sticker, Self-Presentation