

摘要

智慧型手機自 1997 年推出後，就被認定為行動電話市場的明日之星，根據國際數據資訊(IDC)調查，今年第 2 季台灣手機總出貨 197 萬支，其中，智慧型手機出貨首度超過功能型手機。

在換機需求的增加以及智慧型手機產品和功能不斷推陳出新下，智慧型手機的品牌業者，如何透過自身手機的品牌來達到與其他競爭品牌的差異化，進而提升顧客忠誠度。本研究目的欲探討對智慧型手機使用和更新頻率最高的大學院校學生在過去使用智慧型手機的經驗中，對於智慧型手機的知覺品質與品牌聯想對於顧客忠誠度的關聯影響。而智慧型手機品牌製造商：宏達電(HTC)、三星電子(Samsung Electronics)、蘋果(Apple)、索尼愛立信(Sony Ericsson)、諾基亞(Nokia)、樂金電子(LG Electronics)、摩托羅拉 Motorola 共占台灣市場 7 成以上，故以這些智慧型手機品牌製造商作為研究範圍。

本研究共發出 360 份問卷，扣除無效問卷 60 份，共有 300 份有效問卷，有效問卷比率為 83.3%。研究結果發現：一、智慧型手機知覺品質對顧客忠誠度有顯著影響。二、智慧型手機品牌聯想對顧客忠誠度有顯著影響。最後根據研究的結論，提出管理意涵與建議提供智慧型手機品牌製造商在行銷和管理上的參考依據。

關鍵字：智慧型手機、知覺品質、品牌聯想、顧客忠誠度