

摘要

在這個智慧型手機的戰國時代裡，消費者面對琳琅滿目的選擇，心中必然會有一套衡量準則，品牌給予消費者的感覺就是重要的衡量標準之一。外在而言，品牌形象會影響消費者如何看待一間企業及該企業所提供的產品，而品牌知名度便是讓消費者在搜尋產品時，潛意識會想到某品牌；內在而言，品牌信任則是當消費者購物時，可以消弭消費者對產品的不確定性及不安感，企業若是能提升及改善以上變數，將能提升該企業的品牌忠誠度。

本研究採用問卷調查方式，調查高雄市民眾的品牌形象、品牌信任及品牌知名度對品牌忠誠度之影響，以 SPSS 統計軟體作為本研究之分析工具，研究結果顯示：

- 一、品牌形象對品牌忠誠度有顯著影響。
- 二、品牌信任對品牌忠誠度有顯著影響。
- 三、品牌知名度對品牌忠誠度有顯著影響。
- 四、不同人口統計變數對各構面有顯著差異。

關鍵字：智慧型手機、品牌忠誠度、品牌形象、品牌信任、品牌知名度。