

摘要

百貨公司，是國內民眾目前民生消費的主要場所之一，也是一個產生經濟產值的場所。消費者之所以願意在百貨公司消費，是因為百貨公司本身的商店形象，或者是消費者個人的人格特質，亦或是百貨品牌的行銷創新，還有這三者之間是否存在關聯性，正是本研究亟欲了解的議題。目前國內尚未有以車站型購物中心的立場，去探討百貨之商店形象、消費者特性及行銷創新對於顧客的購買意願之影響及差異，故本研究朝此一方向做探討，且本研究亦探討上述三個變數，對於購買意願的影響。

因此本研究的主要目的是欲對環球購物中心新左營車站店之消費者，透過問卷的方式，進行普查，用生活型態的變數作為區隔市場的基礎，並在區隔市場後，進一步對各種生活型態區隔裡的消費者，描繪其相關的人口統計變數以及消費行為的特徵，期待藉此能對環球購物中心的消費者有進一步的了解。

本研究採用量化的研究方法，共發出200份問卷，回收194份之有效問卷份；經由統計分析後，本研究發現到環球環球購物中心之消費者主要為20歲以下、收入20000元以下和學生族群居多，而針對商店形象、消費者特性及行銷創新對於顧客購買意願之探討本研究結論為：

1. 商店形象對購買意願上影響不顯著
2. 消費者特性對其購買意願上影響不顯著
3. 行銷創新對購買意願上有顯著的正向影響