

## 行動話機之品質、品牌聯想對顧客忠誠度之關聯研究-北大學生為例

專題研究生：951050109 陳英傑 951050131 吳詩旋 951050144 陳昱穎

指導老師：李德松

本研究目的在探討行動話機之品質、品牌聯想對顧客忠誠度之關聯研究。

研究對象為就讀於北部的大學生，樣本取自於200位北部大學生問卷資料再加以統計整理分析，利用行銷的基本觀念切入手機產業在國外及台灣的發展再經由產業及總體環境分析。

本研究採取簡便抽樣調查法，共發出250份問卷，總計回收238份，回收率達95%，經過初步整理後，剔除無效問卷38份，實得有效問卷200份，則有效回收率為84%，信賴區間取95%， $\alpha=0.05$  統計分析。

研究結果發現：

- 一、北大學生目前所使用的手機，大部分都還是使用較知名的廠牌手機，其中以SonyEricsson佔最高比例(44%)
- 二、北大學生目前所使用的手機之品牌、品質，其中學生對自己所使用的手機感到滿意及非常滿意佔了絕大多數(76%)
- 三、北大學生對手機忠誠度表現統計結果為：非常滿意佔19%、滿意佔39%、普通佔15%、不滿意佔17%、非常不滿意佔10%。
- 四、不同品牌與廣告之交叉分析結果：不同品牌與廣告有關。
- 五、不同品牌與品牌聯想之交叉分析結果：不同品牌與品牌聯想有關。
- 六、不同品牌與顧客忠誠度之交叉分析結果：不同品牌與顧客忠誠度有關。

