

次世代遊戲主機之 市場調查暨購買行為分析

專題研究學生：981050105 李昊親 981050110 林禹安 981050128 曾昭銘

指導教授：李德松

本研究所要探討的是對次世代遊戲主機的消費者行為研究，遊戲主機不像手機那樣有快速的淘汰率，但又不像電腦那樣長期又實用，但還是有龐大的市場，三大次世代主機XBOX360、PS3、Wii至今總和有將近3億套的銷量，賴以為生的各個企業、工作室為數眾多，市場調查固然重要，因此本研究主要在探討消費者在購買次世代遊戲主機時，以人口統計變數及購買行為進行調查。

本研究採用簡單隨機抽樣法，共發出400份問券，總計回收364份，回收率達91%，經過初步整理後，剔除不完整之無效問券14份，實得有效問券總計350份，則有效回收率為96.2%，信賴區間取95%， $\alpha=0.05$ 做統計分析，以大台北地區白天戶外流動人口為研究對象，進行抽樣調查，以次世代遊戲主機為研究範圍，探討品牌忠誠度、產品特性及人口統計變數，對消費者的購買行為是否有顯著的影響，研究結果顯示：

1. 不同性別之購買行為對於購買時所選擇的品牌有顯著的差異。
2. 不同年齡之購買行為對於購買時的平均花費有顯著的差異。
3. 不同所得之購買行為對於購買時的平均花費有顯著的差異。
4. 品牌忠誠度與購買行為有顯著相關。
5. 產品特性與購買行為有顯著相關。

