

107 年度企業管理專題

主題：品牌認同、滿意度、忠誠度之相關研究-以 APPLE 手機為例

指導老師：洪儒瑤 老師

組員：陳玲、賴玟霖、黃種誠、陳宥亘、謝亞倫、賴湘陵

一、摘要

隨著智慧型手機的普及化，手機市場從原本掌握於賣方手中的主導權，現已逐步轉移到買方的手中，成為以顧客為導向的買方市場。本研究以知名品牌 Apple 公司所生產的 iPhone 手機其用戶為研究對象，探討品牌認同、滿意度、忠誠度之間關係，並分析顧客忠誠度在體驗行銷與再購意願之間存在中介效果。

本研究以問卷調查台灣地區的 iPhone 用戶，總共發放 158 份問卷，有效問卷計 150 份，回收率為 94%，本研究以此樣本來進行統計分析，資料經過相關分析後，結果顯示品牌認同對顧客忠誠度具有顯著的正向相關，顧客忠誠度對顧客滿意度具有顯著的正向相關，品牌認同對顧客滿意度也具有顯著的正向相關。

二、研究動機

APPLE 被行銷專家評為明日星的企業，是具有明確定位且充滿自信的企業品牌，這些企業將本身的真正資產、具一致性的核心價值及情感化的品牌訴求清楚的傳達給消費者，而為有贏得消費者的心，才能於品牌經營上建立消費者忠誠度的價值。

三、研究目的

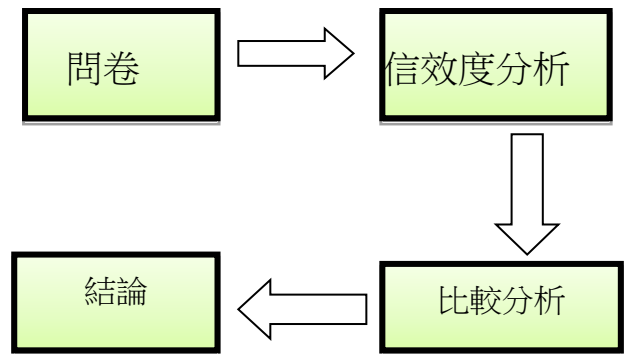
本研究藉由問卷調查，對 APPLE 進行研究。研究目的如下：

1. 品牌認同滿意度忠誠度之關係
2. 區隔變數對三變數之間差異分析

四、研究方法

本研究採問卷調查法，並採李克特 (Likert) 五點量表，分別為非常不同意、不同意、普通、同意、非常同意，所代表分數為 1、2、3、4、5，來衡量受測者對於各個構面的感受。

五、研究流程



六、結論與建議

iPhone 使用者以女性、23~28 歲，在顧客滿意度、顧客忠誠度的研究裡，對於在使用 iPhone 手機的使用者還是給予極高的評價至於使用其他牌手機的使用者，也對於 iPhone 的整體功能給於良好的分數，在品牌認同、顧客滿意度、顧客忠誠度都具又顯著的正面影響。

研究建議：

1. 品牌認同忠誠度顧客滿意度三個變數有高度相關，建議蘋果公司對三個變數的重適度不可偏廢
2. 由於性別在滿意度及忠誠度上有顯著差異，須了解不同性別在手機使用上的習慣，本研究女生滿意及忠誠度都較男生高，除維持女性忠程度外，如何提升男性滿意度是值得重視的
3. 由於年齡在品牌認同上有顯著差異，初入社會者(23~28 歲)跟退休年齡(66 歲以上)差距較大，現台灣社會已進入老齡社會，建議蘋果可加強對銀髮族的推廣活動