

致理科技大學
休閒遊憩管理系
畢業專題

民宿網路行銷策略對消費者購買意願
的影響

專題組員：

10123210 金聖祐

10123271 楊舒硯

10123211 陳致偉

10123240 張雅晴

10123245 陳思蓉

指導教授：戴美霞 老師

中華民國一百零三年十二月

目錄

第一章 緒論.....	2
第一節、研究動機.....	2
第二節、研究背景.....	3
第三節、研究目的.....	5
第四節、研究貢獻.....	5
第二章 文獻回顧.....	6
第一節、民宿的起源.....	6
一、民宿的定義.....	6
二、民宿的發展概況.....	6
三、民宿的特性.....	7
第二節、網路行銷.....	8
一、網路行銷的定義.....	8
二、網路行銷的特性.....	9
三、網路行銷與傳統行銷之比較.....	10
四、行銷策略的定義.....	11
五、民宿的行銷策略.....	13
第三節、購買意願.....	15
一、購買意願的定義.....	15
第三章 研究方法.....	17
第一節、研究架構.....	17
第二節、研究對象.....	17
第三節、研究工具與流程.....	18
第四節、問卷設計.....	18
第五節、研究流程.....	20
第四章 研究分析.....	22
第一節、問卷發放與回收.....	22
第二節、敘述性統計.....	23
第三節、信度分析.....	26
第四節、相關分析.....	27
第五節、獨立樣本 T 檢定.....	30
第五章 研究結論與建議.....	34
第一節、結論.....	34
第二節、建議.....	35
第六章 文獻參考.....	36
問卷.....	37