洗髮精購買考慮因素的主成份分析

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 編號 | 屬性 | 成分1 | 成分2 | 成分3 | 成分4 | 成分5 |
| 1 | 價格 | .216 | .093 | .049 | -.023 | .851 |
| 8 | 天然成分 | .104 | .535 | .010 | .582 | -.008 |
| 14 | 口碑 | .481 | -.015 | .170 | .555 | .170 |
| 12 | 整體綜合效果 | .018 | .140 | .374 | .505 | .241 |
| 9 | 香味 | .210 | -.011 | .213 | .647 | -.192 |
| 11 | 柔順 | -.039 | .073 | .689 | .398 | .310 |
| 3 | 保濕 | .048 | .128 | .748 | .240 | .170 |
| 4 | 熱油護髮 | .180 | .203 | .711 | -.089 | -.109 |
| 10 | 防止分岔 | .173 | .243 | .703 | .183 | -.173 |
| 6 | 止癢 | -.012 | .748 | .213 | .109 | .180 |
| 2 | 去頭皮屑 | .040 | .663 | .267 | -.071 | .154 |
| 7 | 避免抗藥性 | .009 | .695 | .020 | .345 | -.027 |
| 5 | 防止掉髮 | .103 | .766 | .138 | -.101 | -.105 |
| 15 | 方便購買 | .589 | .250 | -.115 | .221 | .275 |
| 18 | 廣告促銷 | .769 | -.010 | .140 | -.057 | .217 |
| 16 | 知名度 | .734 | -.015 | .116 | .181 | .130 |
| 13 | 包裝 | .610 | .033 | .144 | .341 | -.092 |
| 17 | 流行 | .854 | .070 | .035 | -.039 | -.142 |

由此表可知因素一由六個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「行銷因素」，其負荷量介於0.481-0.854之間。因素二由五個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「功效因素」，其負荷量介於0.535-0.766之間。因素三由四個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「護髮因素」，其負荷量介於0.689-0.748之間。因素四由四個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「香味因素」，其負荷量介於0.505-0.647之間。因素僅由嫁個變數構成，依此命名為「價格因素」，其負荷量為0.851。

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 使用  品牌 | 海倫仙  度絲 | 飛柔 | mod's hair | 麗仕 | 多芬 | 其他 | 總和 | 排名 | F值 | 顯著性 | <α |
| 行銷  因素 | -0.2634 | 0.0311 | -0.2005 | 0.1107 | -0.2680 | -0.0606 | -0.1309 | 5 | 0.3553 | 0.8779 |  |
| 功效  因素 | 0.4435 | 0.0003 | 0.1743 | -0.2919 | 0.3417 | 0.0077 | 0.1422 | 1 | 1.0322 | 0.4021 |  |
| 護髮  因素 | 0.1518 | -0.1035 | 0.6982 | -0.5607 | -0.0180 | 0.0572 | 0.1090 | 2 | 3.0602 | 0.0124 | \* |
| 香味  因素 | 0.0657 | -0.7076 | 0.3974 | -0.1729 | 0.2603 | 0.2122 | 0.0987 | 3 | 2.2251 | 0.0564 |  |
| 價格  因素 | -0.1042 | -0.6425 | 0.0996 | 0.0149 | 0.0419 | -0.0699 | -0.0810 | 4 | 0.9184 | 0.4718 |  |
| 樣本數 | 21 | 13 | 22 | 10 | 20 | 36 | 122 |  |  |  |  |

依此表可知，洗髮精購買因素依其重要程度高低，依序為：功效、護髮、香味、價格與行銷因素。經Ｆ檢定發現只有「護髮因素」之注重程度會隨使用品牌不同，有顯著差異 (α< 0.05 )，其中以mod’s hair與海倫仙度絲等品牌使用者注重程度較高。

申請信用卡考慮因數之因數分析

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 編號 | 屬性 | 成分1 | 成分2 | 成分3 | 成分4 | 成分5 |
| 15 | 贈品 | -.006 | .014 | -.030 | .853 | .114 |
| 14 | 卡片設計美觀 | .184 | -.220 | -.163 | .761 | -.011 |
| 10 | 道路救援服務 | .372 | .400 | .557 | .140 | -.346 |
| 4 | 可貸款 | -.095 | -.031 | .839 | -.071 | .227 |
| 5 | 可預借現金 | -.030 | .052 | .874 | -.170 | .118 |
| 9 | 24小時免付費專線 | .399 | .455 | .429 | .346 | -.071 |
| 2 | 循環利息 | -.212 | .497 | .098 | .049 | .602 |
| 6 | 是否全球通行 | .373 | .648 | .000 | -.061 | .130 |
| 8 | 失卡風險負擔 | .138 | .674 | .056 | -.080 | -.035 |
| 7 | 是否受商店歡迎 | -.003 | .823 | .043 | -.111 | .070 |
| 13 | 專業形象 | .799 | .088 | -.049 | .128 | .069 |
| 11 | 旅遊保險 | .649 | .382 | -.011 | .087 | -.146 |
| 12 | 發卡銀行知名度 | .860 | .022 | .049 | -.020 | .204 |
| 1 | 年費 | .155 | -.080 | .059 | .250 | .643 |
| 3 | 信用額度 | .221 | .116 | .349 | -.302 | .597 |

由此表可知因素一由三個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「知名與專業因素」，其負荷量介於0.649-0.860之間。因素二由五個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「功能因素」，其負荷量介於0.455-0.823之間。因素三由三個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「信貸因素」，其負荷量介於0.557-0.874之間。因素四由兩個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「促銷因素」，其負荷量介於0.761-0.853之間。因素五由三個相關程度較高的變數所構成，依此命名為「信貸因素」，其負荷量介於0.597-0.643之間。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 有無信用卡 | 有 | 無 | T值 | 顯著性 | 單尾 | <α |
| 知名與專業 | 0.0470 | -0.0302 | 0.3593 | 0.7202 | 0.3601 |  |
| 功能 | -0.2234 | 0.1436 | -1.7369 | 0.0858 | 0.0429 | \* |
| 信貸 | -0.0674 | 0.0433 | -0.5165 | 0.6068 | 0.3034 |  |
| 促銷 | 0.2929 | -0.1883 | 2.3052 | 0.0235 | 0.0117 | \* |
| 費用 | -0.0588 | 0.0378 | -0.4499 | 0.6539 | 0.3269 |  |

依此表可知，以T檢定依性別分組對其注重程度進行檢定，只有「功能」與「促銷」兩因素之注重程度，會隨是否有信用卡而不同，有顯著差異。