

段考週『咖』事多

探討高中生段考週對於中壢區路易莎和星巴克的套餐活動購買行為研究



本研究探討中壢區高中生在段考週（高壓環境）下的咖啡消費動機，分析路易莎與星巴克兩大品牌的促銷套餐如何影響學生購買意願，並歸納出影響決策的關鍵因素。



研究動機

研究方法



應對高壓的功能性需求：學生在段考期間需透過咖啡因提升專注力與減輕疲累感。

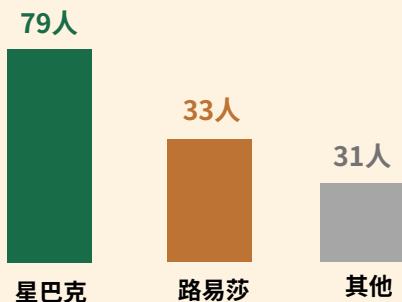


混合研究法應用：結合文獻探討與網路問卷，針對142份有效樣本進行量化分析。

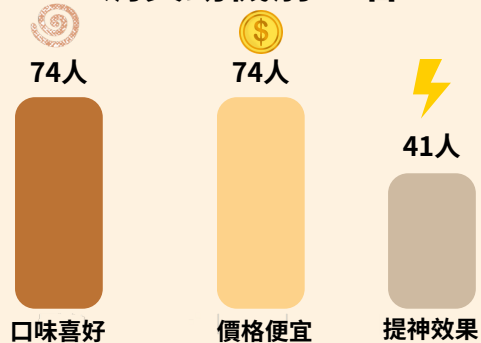
數據分析與行為



品牌偏好



消費動機前三名



購買頻率
(幾乎不買)



非段考週：61%



段考週：53%

消費金額
(\$0元)

非段考週：57%

段考週：49%

