

# 南臺科技大學

## 餐旅管理系

### 畢業專題報告

品牌知名度、價格知覺對消費者購買意  
願之影響  
—以巧克力商品為例

指導教授： 葉佳聖 教授

100 級學生：江妙昕 4A0M0050

郭佳欣 4A0M0055

林姿妤 4A0M0068

邱仙蒂 4A0M0079

劉貞妤 4A0M0118

中華民國 一 〇 四 年 一 月 十 六 日

南 臺 科 技 大 學  
餐 旅 管 理 系

畢 業 專 題 評 審 委 員 審 定 書

江妙昕、郭佳欣、林姿妤、邱仙蒂、劉貞好

，所提之專題製作，

題目：品牌知名度、價格知覺對消費者購買意願之影響  
—以巧克力商品為例

經本系 專題製作 評審委員會審議，認為符合標準。

專題製作評審委員會

委 員：吳佳靜 (指導教授)

委 員：吳家輝 (口試主考官)

委 員：翁慧雯

委 員：吳佳靜

召 集 人：翁慧雯

中 華 民 國 103 年 12 月 26 日

## 致謝

首先，最要感謝的是我們的指導教授—葉佳聖教授，因為有了教授不厭其煩的教導才能讓本論文順利完成。另外，十分感謝胡中洲教授、鄭淑勻教授、劉國寧教授的指導，有了教授的協助才讓本小組的問卷順利完成，也感謝口試評審委員—施慧雯教授、吳家驊教授所提供的寶貴意見，才使本論文更加的完善。

在撰寫論文的過程可說是很艱辛，起初一無所知的我們摸不著頭緒，並不知道該從何下手而這又該做什麼，藉由多閱讀碩士論文才漸漸抓出方向，也幸好有葉教授帶領著我們一步步往下進行才得以完成。這一路過程中，雖然組員們多少會有些許意見不合、小紛爭等，但也因為組員們的不氣餒以及竭盡所能的配合開會時間，所以謝謝組員們的配合。同時也感謝班上同學們的協助和鼓勵，為我們解答所疑惑的問題，也會提醒一些注意事項，遇到瓶頸有了大家的互相加油打氣，最終讓我們挑戰成功了這艱辛的過程。

最後，雖然撰寫論文很辛苦，但也因如此才能讓我們學習到更多的知識，也突破了自我完成這份論文，在這一路過程真的讓我們成長了許多，再次感謝這其間所幫助我們的教授以及同學們。

## 摘要

本報告巧克力在日常生活中是一種十分普及的食品，也是一種甜點，具有吸引人的獨特性質，無論在東方還是西方，巧克力一直以來都是廣受歡迎的食品，巧克力也很常用來代表傳情的意念，在許多節日都扮演著重要的角色。市面上巧克力商品琳瑯滿目，各種巧克力品牌之間競爭激烈，就消費者方面而言，品牌被用來辨認生產者、經銷商的一種責任來源，因為消費者早已從以往經驗中，認為知名品牌都會傳遞特殊的訊息給消費者，其中包括品質與產品特質等，而價格往往是消費者做消費決策中被當衡量的指標。因此本研究以巧克力為例，主要目的在於探討品牌知名度、價格知覺以及購買意願構面間關係。本小組採用問卷調查法，以台南市地區之賣場、超商、百貨公司進行隨機發放，人員調查部份共發放151份，扣除無效問卷1份共回收150份，另外亦採取網路問卷，共回收208份，扣除無效問卷及不完整資料8份共回收200份，總得為350份，有效率為97.4%，並且採用SPSS12.0統計套裝軟體進行分析。研究結果如下：(一) 品牌知名度對購買意願相關係數達.385\*\*、價格知覺對購買意願相關係數達.500\*\*，所以皆具有顯著相關性。(二) 品牌知名度及價格知覺對購買意願之預測力達32%，所以具有預測力。(三) 個人背景之年齡對品牌知名度、價格知覺及購買意願具有差異性。

關鍵字：巧克力、品牌知名度、價值知覺、購買意願