

指導老師：鄭淑勻

題目：探討品牌認知、知覺價格對顧客滿意度及再購意願的影響-以東東餐飲集團為例

組員：邱域誌 49622020黃稚雯 496M0050鍾佳恩 496M0069楊博舒 496M0072

摘要：不同的文化社會，帶來不同的飲食產業，消費者也有更多元化的選擇性。東東餐飲集團爲了因應不同顧客的喜好，在台南地區成立不同餐飲品牌，因為享有品牌的優勢，可以創造更大的商機。本研究針對東東餐飲集團旗下餐廳做調查，想要了解良好的品牌建構下，對於顧客而言可以有較高的滿意度。價格亦是影響顧客滿意度的關鍵因素之一，然而顧客滿意度越高，再購意願不一定高，因此本研究以品牌認知和知覺價格來探討這些變數對於顧客滿意度與再購意願的影響。本研究範圍針對旗下Toka東加和漢創意料理之消費者為主，來作問卷調查。

本研究以問卷調查法的方式，進行調查。此問卷內容分為五大部分，分別為品牌認知、知覺價格、滿意度、再購意願、受測者的基本資料。統計方面採用敘述性分析、信度分析、T檢定分析、單因子變異數分析、相關分析、步徑分析等方法來驗證假說。

本研究結論如下：

1. 根據本研究結果顯示，品牌認知各構面對顧客滿意度呈現顯著正向影響，而對再購意願而言並無顯著影響。
2. 知覺價格構面對顧客滿意度並無顯著影響，但對再購意願而言則有正向的影響。
3. 顧客滿意度對再購意願而言有顯著影響。

關鍵詞：品牌認知、知覺價格、滿意度、再購意願