

# The Effects of Healthy Dietary Cognition, Fast Food Experiential Values on Purchasing Behavior - An Example of Fast Food

柯葦廷、施建彬

E-mail: 360954@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study is aimed at discussing how western fast food affects college students' awareness of healthy diet and experiential value so as to discover the relationship between their experience of eating fast food and their purchasing behavior. It conducts questionnaire survey in the manner of simple purposive sampling and snowball sampling, issuing 350 questionnaire copies to college students who have paid for fast food in Changhua City and County, with 346 valid copies collected. Among all of the study subjects, the percentage of each gender is fifty-fifty. Moreover, a majority of subjects defines their awareness of health as "acceptable." Most of them claim to have no special eating habits and they are temporarily renting an accommodation as tenants. As for the frequency of dining out in a week, 'one to five times' scores the highest, while the highest frequency of dining out in a fast food restaurant in a week is 'one to five times.' On the other hand, a great number of study subjects have an allowance of NTD 4,001-6,000 per week to dispose at their will.

Keywords : Healthy Dietary Cognition、Experiential Values、Purchasing Behavior

## Table of Contents

中文摘要	i	英文摘要	i
ii 誌謝辭		iv 內容目錄	
v 表目錄		vii 圖目錄	
ix 第一章 緒論	1		
第一節 研究背景與動機	1	第二節 研究問題	
3 第三節 研究範圍與限制	4	第四節 名詞釋義	
5 第二章 文獻探討	7	第一節 購買行為	
7 第二節 健康飲食認知	10		
第三節 體驗價值	13	第四節 速食經驗	
15 第三章 研究方法	18	第一節 研究架構	
18 第二節 研究假設	19	第三節 問卷設計	
20 第四節 抽樣方法	25		
第四章 結果與討論	26	第一節 量表信度分析與描述	
26 第二節 樣本背景特性	33	第三節 背景特性與購買行為之差異分析	
36 第四節 相關分析	42	第五節 健康飲食認知、體驗價值、速食經驗與購買行為之迴歸分析	
46 第五章 結論與建議	48	第一節 研究結果摘要	
48 第二節 綜合討論	52	第三節 研究建議	
55 參考文獻	58	附錄 問卷	
67 表目錄		表 3-1 健康飲食認知	21
表 3-2 體驗價值	22	表 3-3 速食經驗	
23 表 3-4 購買行為	24	表 4-1 健康飲食認知信度量表	
26 表 4-2 體驗價值信度量表	27	表 4-3 速食經驗信度量表	
28 表 4-4 購買行為信度量表	28	表 4-5 健康飲食認知	
29 表 4-6 體驗價值	30	表 4-7 速食經驗	
31 表 4-8 購買行為	31	表 4-9 樣本背景特性分佈表	
33 表 4-10 樣本背景特性合併分佈表	35	表 4-11 不同性別對大學生的購買行為差異分析	
37 表 4-12 自覺健康不同對大學生的購買行為差異分析	38	表 4-13 特殊飲食習慣不同對大學生的購買行為差異分析	
38 表 4-14 住宿狀況不同對大學生的購買行為差異分析	39	表 4-15 一週在外用餐次數不同對大學生的購買行為差異分析	
39			

40 表 4-16 一週到西式速食用餐次數不同對大學生的購買行為差異分析 . . . . . 40  
 表 4-17 每月可支配零用錢不同對大學生的購買行為差異分析 . . . . . 41 表 4-18 健康飲食認知  
 與購買行為關係表 . . . . . 42 表 4-19 體驗價值與購買行為關係表 . . . . . 43 表 4-20  
 速食經驗與購買行為關係表 . . . . . 45 表 4-21 獨變項對購買行為迴歸預測分析表 . . . . .  
 . . . . . 46 表 4-22 獨變項與子構面對購買行為迴歸預測分析表 . . . . . 47 表 5-1 研究假設驗證結果摘要表 . . . . .  
 . . . . . 51 圖 目錄 圖 2-1 態度與購買行為關係圖 . . . . . 8 圖 2-2 影響購買者行為  
 的因素 . . . . . 16 圖 3-1 研究架構圖 . . . . . 18

REFERENCES

一、中文部分 James L. Watson(2007), 飲食全球化(葉冰婷譯), 台北:早安財經文化, 1-122。 Kotler, P.(1991), 行銷管理:分析、規劃與控制(陳振遠, 陳振田譯), 台北:五南文化。 USDA (2005). Dietary Guidelines for Americans.  
 [線上資料], 來源: <http://www.health.gov/dietaryguidelines/dga2005/document/pdf/DGA2005.pdf>[2012, March1] 台灣癌症基金會(2010), 天天5蔬果, 癌症不找我[線上資料], 來源: [http://www.canceraway.org.tw/PreventCancer\\_Show.asp?AppCode=SITEPAGES&ID=407](http://www.canceraway.org.tw/PreventCancer_Show.asp?AppCode=SITEPAGES&ID=407)[2011, December3]。 台灣癌症基金會會訊(2010), 天天5蔬果, 防癌有效果, 切勿讓新聞標題誤導[線上資料], 來源: <http://www.canceraway.org.tw/pdf/No43.pdf>[2011, April 10]。 行政院衛生署(2005), 台灣地區2010年衛生指標白皮書。 行政院主計處(2011), 國情統計通報[線上資料], 來源: <http://www.dgbas.gov.tw/public/Data/110516183371.pdf>[2010, November7]。 香港政府衛生署(2009), 健康飲食原則[線上資料], 來源: [http://www.cheu.gov.hk/b5/info/exercise\\_04.htm](http://www.cheu.gov.hk/b5/info/exercise_04.htm)[2012, March1] 王瑞蓮, 蕭寧馨(2003), 台灣營養調查NAHSIT 1993-1996之飲食多樣性與其對營養充足程度的影響, 中華民國營養學會誌, 28(2), 52-64。 李孟熹(1989), 零售業的CIS戰略, 中小企業發展, 25(4)。 李蘭, 潘文安, 葉文婷(1999), 台灣民眾之營養飲食及飲食行為調查結果, 國民營養現況:1993-1996 國民營養健康狀況變遷調查結果。 李曉青(2000), 折扣比例、品牌形象和產品種類對知覺品質和知覺風險的影響, 國立成功大學交通管理學系研究所未出版之碩士論文。 何英忠(2003), 苗栗縣國小高年級學生營養知識、態度、飲食行為及其相關因素之調查研究, 台中師範學院自然科學教育學系研究所未出版之碩士論文。 何智靖(2008), 某大學學生對學校飲食政策和飲食環境之認知與飲食行為相關研究, 國立台灣師範大學衛生教育學系研究所未出版之碩士論文。 何美華(2011), 高職學生對西式速食認知及消費行為之研究, 國立高雄應用科技大學觀光與餐旅管理系研究所未出版之碩士論文。 邱皓政(2005), 量化研究法, 臺北:雙葉書廊。 林靈宏, 張魁(2006), 消費者行為學, 五南文化。 林薇, 洪久賢, 李大偉, 周麗端(1986), 我國中等學校營養課程教師之營養知識、態度、行為研究, 行政院國家科學委員會。 林薇, 梁雅雯, 陳惠欣(1998), 台灣地區實習及住院醫師營養相關行為調查研究, 中華營誌, 23, 29-41。 林瑞瑞(2000), 媒介、消費與認同:台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究, 世新大學傳播研究所未出版之碩士論文。 林淑蓉(2006), 客家飲食文化與社會生活:從族群性到族群認同, 國立高雄師範大學客家文化研究所之客家社會與文化及教學資源整合學術研討會。 林淑蓉(2007), 食物、記憶與社會生活:再探客家文化遺產, 行政院客家委員會, 口傳與非物質性文化遺產:客家族群記憶研究-子計畫二。 林聖芬(2007), 顧客對健康飲食認知價值之分析-以一年五季養生坊為例, 南華大學旅遊事業管理研究所未出版之碩士論文。 吳宜瑾(2007), 速食連鎖店商店印象與消費者行為之研究, 中國文化大學生活應用科學研究所未出版之碩士論文。 吳瓊迦, 蔡明昌(2009), 新移民子女文化認同與學校適應關係之研究-以雲林縣就讀國中階段之新移民子女為例, 屏東教育大學學報-教育類, 3, 459 - 488。 胡光夏(2002), 西方速食連鎖店在台發展歷程與影響之研究:以麥當勞在台發展為例, 傳播管理與研究, 1(2), 239-253。 胡美英(2011), 國小學童西式速食消費行為之研究-以雲林縣斗六地區為例, 環球科技大學中小企業經營策略管理研究所未出版之碩士論文。 施映羽(2010), 台灣夜市飲食文化體驗模式探討-以高雄六合觀光夜市為例, 國立高雄餐旅學院台灣飲食文化產業研究所未出版之碩士論文。 洪雅倫(2010), 速食消費。卡漫風-洪雅倫彩墨創作探討, 國立臺灣師範大學美術研究所未出版之碩士論文。 高成熹(1999), 中華尊佬文化探究, 北京:中國社會科學。 員敬宗(2001), 台灣西式速食餐廳新產品開發流程之探討, 東海大學食品科學研究所未出版之碩士論文。 陳中蓮(2005), 消費者與餐飲業者對健康飲食的知覺品質研究-以台北市健康飲食餐廳為例, 輔仁大學餐旅管理研究所未出版之碩士論文。 陳怡臻(2008), 美國速食產業、生活飲食習慣與肥胖問題之關係, 淡江大學美國研究所未出版之碩士論文。 陳明發(2008), 國小兒童速食消費行為之研究-以麥當勞速食店為例, 大仁科技大學休閒健康管理研究所未出版之碩士論文。 陳美慧(1998), 藝文資源調查-飲食文化類作業參考手冊, 行政院文化建設委員會。 黃韶顏(1995), 台灣地區餐飲從業人員衛生知識、態度、行為之研究, 輔仁民生學誌, 28, 101-115。 黃柏蒼(1997), 速食業如何實施安全衛生教育訓練? 之我見, 工業安全衛生月刊, 98, 28-35。 黃美惠(2001), 中部地區高中(職)生之營養知識、態度、飲食行為及其相關因素之調查研究, 中山醫學院營養科學研究所未出版之碩士論文。 黃韶顏(2001), 阿里山特富野鄒族原住民飲食生活與營養之研究, 國立台灣師範大學家政教育研究所未出版之碩士論文。 詹定宇, 李玉文(2000), 美國速食業領導品牌在台灣經營發展之探討, 管理評論, 19(2), 57-88。 張美玲(2004), 台北市國中學生對西式速食的消費者知識、態度與行為研究, 國立臺灣師範大學家政教育教學研究所未出版之碩士論文。 張燦明, 吳英偉, 李銘薰, 趙子文, 許清芬, 柯家瑞, 吳春慶(2004), 西式速食業員工人格特質、工作壓力與工作滿足關係之研究-以中市麥當勞、肯德基、小騎士與頂呱呱為例, 修平學報, 9, 31-52。 蔡大山(2005), 全球性品牌與地方性品牌對消費者行為影響之比較研究-以西式炸雞速食業為例, 朝陽科技大學企業管理系研究所未出版之碩士論文。 楊鵬華, 陳中蓮(2006), 健康飲食業者對健康飲食的知覺品質研究, 餐旅暨家政學刊, 3(3), 391-410。 廖炳惠(2008), 關鍵詞200, 台北:麥田出版社。 賴加森(1994), 價格, 品牌名稱, 產品保固等外部線索對消費者產品評估的影響-以組合音響產品為例, 交通大學管理科學系研究所未出版之碩士論文。 謝文顯(1995), 台灣速食發展的近況, 中國畜牧雜誌, 27(10), 30-32。 劉依凌(2008), 影響主題餐廳再購意願與價格容忍度相關因素之探討, 國立東華大學企業管理學系研究所未出版之碩士論文。 蘇鯤育(2006), 商店印象與購買行為、滿意度

及忠誠度之關係 研究-以台南市速食連鎖加盟店為例，國立成功大學高階管理研究所未出版之碩士論文。 二、英文部分 Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall. Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press. Baran, N. H. & Tarrant, S. M. (1982). *Your food dollar money management*. Household International, Prospect Height. Berry, J.W. (1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation: Applied Psychology. *An International Review*, 46, 5-34. Cronin, J. J. & Taylor, Jr. (1992). "Measuring Service Quality : A Reexamination and Extension. *Journal of marketing*, 56, 55-68. Dewey, A. Dyer (1981). *So You Want to start a restaurant*. Revised Edition. Dodds, W.B., K. B. Monroe. and D. Grewal (1991), Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations, *Journal of Marketing Research*, Vol.28, August, pp.307-319. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1993). *Consumer Behavior* (7th ed.). Fort Worth, Tex : Dryden Press. Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1995). *Customer Behavior*, (8th ed), Chicago, IL Dryden Press. Gibney, M. J., Kearney, M., & Kearney, J. M. (1997). Introduction IEFIS pan-EU survey of customer attitudes to food, nutrition and health. *European Journal of Clinical Nutrition*, 51, S2. Grewal, D., K., Baker, R. J., & Norm, B. (1998). The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers Evaluations and Purchase Intentions. *Journal of Retailing*, 74, 331-352. Huntington, P. (1993). *The Clash of Civilizations? The Debate*. New York : Foreign Affairs , 72(3), 22-49. Kershner, A. J. (2002). Introduction: Food in the migrant experience. In Anne J.Kershner (Ed.) *Food in the migrant experience* (pp. 1-13). Hampshire, England: Ashgate. Kneafsey, M. (2002). Tourism images and the tonstruction of celticity in Ireland and Brittany. IN David C. Harvery, Rhys Jones, *Celtic Geographies* (pp.123-137). USA and Canada. Monroe, K. B. and Krishnan R. (1985). The Effect of Price on Subjective Product Evaluations. IN *Perceived Quality*, J. Jacoby and J. Olson, eds. Lexington, MA Lexington Books, pp.209-232. Owsokin, P. B. (1976). Foreign and Domestic Prospects for the U. S. Fast Food Franchise Industry. *Agricultural Economics Report*, 358(2), 14. Robbins, L.W. & Hass, T. P. (1981). Simulate Behavior of Fast Food Restaurant Under /Volume Conditions, *American Journal of Agricultural Economics*. pp. 146. Red, R. D. (1983). *Food Service and Restaurant Marketing*. CBI Publishing Co. Massachusetts. Rozin, P. (1989). The role of learning in the acquisition of food preferences by humans. In: Shepherd, R. editor. *Handbook of Psychophysiology of Human Eating*. Stoke, J. W. (1974). *How to manage a restaurant*. WM: C. Brown Company Publisher. Schwarz, C.F., Edward, C.T., & Gary, H.E. (1975). *Wildland planning glossary*. Washington, D.C. : U.S. Department Agriculture, Forest Service. Shepherd, R. (1989). Factors influencing food preferences and choice. In R. Shepherd (Ed.), *Handbook of the psychology of human eating* (pp. 3 – 24). Skinner, J. D. (1991). Changes in students' dietary behavior during a college nutrition course. *J. Nutr. Edu.*, 23, 72-75. Sheeska, J. D., & Woolcott, D. M. (1993). Social Cognitive Theory as a Framework to Explain Intentions to Practice Healthy Eating Behaviors. Walters, C. G. (1978). *Umar Behavior: Theory and Practice*. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence, *Journal of Marketing*, 52, 2-22.