

國際品牌知名度、品牌形象對不同生活型態青少年消費者行為之影響

隋鑑妮、胡瓊元

E-mail: 9901037@mail.dyu.edu.tw

摘要

全球青少年的購買力日漸提升，顯現出此一市場區隔的重要性，本研究以EKB模式為理論基礎，針對青少年一般性的消費，探討不同生活型態是否會對消費行為產生影響，並分析品牌知名度與品牌形象與不同生活型態青少年的關聯性。本研究以台中地區七所國中為研究對象，採問卷調查方式，共發放525份問卷，有效回收467份，所得資料以敘述性統計、因素分析、集群分析、單因子變異數分析等統計方法進行統計分析。本研究所獲得的結果如下：(1)以流行時尚、顧家理性、自信積極、運動活躍、廣告資訊等五項生活型態因素，可將青少年分為「雅痞自信族」、「戀家保守族」與「活潑多元族」等三個族群；(2)不同生活型態族群的青少年在國際品牌知名度的知覺上有顯著的差異；(3)不同生活型態族群的青少年在國際品牌形象的知覺上有顯著的差異；(4)青少年不同的生活型態集群對消費者行為有顯著影響。

關鍵詞：品牌知名度；品牌形象；生活型態；消費者行為

目錄

內容目錄 中文摘要	iii	英文摘要	iii
iv 誌謝辭		v 內容目錄	
vi 表目錄		viii 圖目錄	
x 第一章 緒論	1	1 第一節 研究動機與目的	1
1 第二節 名詞解釋	3	3 第三節 研究範圍與限制	3
4 第四節 研究流程	5	5 第二章 文獻探討	5
7 第一節 品牌知名度	7	7 第二節 行為理論	7
14 第三節 生活型態	21	21 第四節 消費者行為	21
33 第三章 研究方法	41	41 第一節 研究架構與假設	41
41 第二節 研究工具	42	42 第三節 資料處理與分析	42
47 第四章 資料分析	50	50 第一節 樣本結構?揚z性分析	50
50 第二節 效度與信度分析	56	56 第三節 生活型態集群與命名	56
57 第四節 品牌知名度、品牌形象與生活型態群分析	61	61 第五節 生活型態與消費者行為分析	61
62 第六節 本章小結	68	68 第五章 結論與建議	68
69 第一節 研究動機與目的	69	69 第二節 研究建議	69
71 參考文獻	73	73 附錄A 問?f	73

參考文獻

一、中文部份 Aaker, D. A. (1998), 品牌行銷法則 - 如何打造強勢品牌?(沈雲驄, 湯宗勳譯), 商業周刊(1998年03月15日), (原文於1993年出版)。王志剛, 謝文雀(1984), 消費者行為, 台北:華泰書局。王淑慧(1997), 產品總類品牌知名度參考價格與涉入程度對消費者購買意願之影響, 國立成功大學企業管理研究所未出版之碩士論文。王健中(2003), 品牌認同與知名度對高科技產品行銷效果之影響 - 以數位相機為例, 私立東吳大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。李振昌(2005), 收買感官, 信仰品牌 - 打破商標後, 品牌還剩什麼?, 台北市:商智。李宜霏(2008), 青少年價值觀、生活型態與消費行為關聯性研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。李德治, 董惠玲(2006), 應用統計學, 台北縣:博碩文化。巫貞慧(2003), 青少年生活風格與流行服飾消費文化之相關研究, 私立實踐大學服裝設計研究所未出版之碩士論文。吳文村(2000), 產品製造來源國之國家形象、價格折扣與品牌知名度對於消費者產品評價之影響, 國立成功大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。吳明隆(2007), SPSS 統計應用學習實務, 台北:加樺國際。吳淑玲(1996), 國中學生偶像崇拜與價值觀關係之研究, 教育資料文摘, 37(3), 166-190。黃志傑(2008), 流程度、製造來源國技術水準與品牌形象對學生族群購買消費性電子產品意願之影響, 私立銘傳大學管理研究所未出版之碩士論文。黃識銘(1999), 生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究 - 台灣地區世代群剖析, 私立元智大學管理研究所未出版之碩士論文。崔斐韻(2004), 青少年次級文化現象觀察, 師友, 443, 26-30。張德聰, 黃正旭, 林蒸增(1990), 青少年生活型態調查研究, 生活科學學報, 6, 1-24。彭偉族(2006), 品牌知名度、品牌形象影響品牌忠誠度之探討 - 以國產米酒業為例, 國立東華大學企業管理系未出版之碩士論文。劉天麟(2003), 青少年生活型態與運

動產品購買決策之研究 - 以撞球運動與運動鞋為例，國立體育學院體育研究未出版之碩士論文。 劉超凡(2004)，數位相機製造來源國與品牌知名度及價格對購買意願之影響，私立大葉大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。 行政院主計處(2002)，中華民國臺灣地區青少年狀況調查報告(12-24歲人口)，台北:行政院主計處。 民意調查(2005, January 25)，買名牌是為了炫耀，聯合報(台北)，A6版。 二、英文部份

Andreason, A. R. (1967). Life Style Pattern. Chicago: AMA Conference Proceeding. Aaker, D. A. (1991a). Managing Brand Equity. New York: the Free Press. Aaker, D. A. (1991b, December 1). Guarding the power of a brand name. New York Times, 313, 20-24. Aaker, D. A. (1996a). Building Strong Brand. New York: The Free Press. Aaker, D. A. (1996b). Measuring brand equity across products and markets. California Management Review, 38(3), 102-120. Aaker, D. A. (1997). Should you take your brand to where the action is? Harvard Business Review, 75(5), 135-144. Aaker J. L. (1997). Brand Personality in Japan: Examing the Cross Cultural. Meaning of Brands Personality Dimensions. Unpublished Paper, UCLA. Aaker, D. A., & Keller, K. L. (1990). Consumer evaluations of brand extensions. Journal of Marketing, 54(1), 27-42. Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. Journal of Advertising Research, 32(6), 6-12. Blackston, T. (1992). Observations: Building brand equity by managing the Brand ' s relationships. Journal of Advertising Research, 32(3), 79-83. Demby, D. (1974). Psychographics and From Where It Come. In D. W. William (Ed.), Life Style and Psychographics. Chicago: AMA. Deaton, A., & Muellbauer, J. (1980). Economics and Consumer Behavior. New York: Cambridge University Press. Doyle, P. (1990). Building successful brands: The strategic options. The Journal of Consumer Marketing, 7(2), 5-20. Dobni, D., & Zinkhan, G. M. (1990). In search of brand image: A foundation analysis. Advances in Consumer Research, 17(1), 110-120. Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1978). Consumer Behavior (3rd ed.). Chicago, Michigan: The Dryden Press. Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1982). Consumer Behavior (4th ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston. Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Blackwell, R. D. (1993). Consumer Behavior (7th ed.). Orlando, Florida: The Dryden Press. Eshghi, A., & Lesch, W. (1994). Demographic and life style determinants of ousehold consumption patterns. Journal of Marketing Theory & Practice, 2(1), 80-101. Ferebee, A. (1970). A History of Design from the Victorian Era to the Present. New York: Van Nostrand Reinhold Company. Farquhar, P. H. (1990). Managing brand equity. Journal of Advertising Research, 30(4), 7-12. Fournier, S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. Journal of Consumer Research, 24(Mar), 343-373. Hirsch, P. M. (1976). The meaning of life-style: Sociological and marketing perspectives. Advances in Consumer Research, 3(1), 499-500. Hoyer, W. D., & Brown, S. P. (1990). Effects of Brand Awareness on Choice for a Common Repeat-Pu. Journal of Consumer Research, 17(2), 141-148. Holden, S. J. S. (1993). Understanding brand awareness: Let me give you a cue! Advances in Consumer Research, 20(1), 383-388. Howard, J. A. (1994). Buyer Behavior in Marketing Strategy. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall. Hawkins, D., Roger, I., Kenneth, J. B., & Coney, A. (1995). Consumer Behavior-Implications for Marketing Strategy(6th ed.). Boston: IRWIN. Howard, J. A., Shay, R. P., & Green, C. A. (1988). Measuring the effect of marketing information on buying intentions. The Journal of Services Marketing, 2(4), 27-36. Krugmar, H. (1968). Consumer Behavior, in International Encyclopedia of the Social Sciences. New York: The MacMillian Company Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. Journal of Marketing, 57(Jan), 1-22. Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall. Kotler, P. (1999). Marketing Management- An Asian perspective (2nd ed.). Singapore: Prentice Hall Inc. Lazer, W. (1963). Life Style Concepts and Marketing in Stephen Greyserm. New York: Toward Scientific Marketing. Lastovicka, J. L., & Bonfield, E. H. (1982). Do consumers have brand attitudes? Journal of Economic Psychology, 2(1), 57-75. Laurent, G., Kapferer, J. N., & Roussel, F. (1995). The underlying structure of brand awareness scores. Marketing Science, 14(3), 170-179. Leon, G. S., & Leslie, L. K. (2000). Consumer Behavior(7th ed.). New Jersey: Prentice Hall. Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. Journal of Marketing, 38(1), 33-37. Plummer, J. T. (1985). Brand personality: A strategic concept for multinational advertising. Marketing Educators ' Conference, 1-31. New York: Young and Rubicam. Park, C. W., Lawson, R., & Millberg, S. (1991). Evaluation of brand extensions: The role of product feature similarity and brand concept consistency. Journal of Consumer Research, 18(1), 185-193. Park, C. W., Jaworski, B. J., & MacInnis, D. J. (1986). Strategic brand concept-image management. Journal of Marketing, 50(4), 133-145. Reynolds, F. D., & Wells, W. D. (1974). Consumer Behavior. Chicago: American Marketing Association. Simon, M. F. (1970). Influence of brand names on attitudes. Journal of Advertising Research, 10(3), 28-30. Wilkie, W. L., & Dickson, P. R. (1991). Perspective in Consumer Behavior. New York: Prentice-Hall. Yoram, W., & Paul, E. G. (1974). Some conceptual, measurement and analytical problems in life style research. In D. W. William (Ed.), Life style and psychographics(pp. 108). Chicago: American Marketing Association.