

# The Study of Consumer's Conformity, Price Perception and Satisfaction - Take the World Famous Brand Leather Product

黃健峰、倪家珍

E-mail: 9901058@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

This study mainly explores the influence of conformity on the satisfaction after purchasing products. The research takes international brand's leather products as subjects to study the effect of price perception on the satisfaction. There were totally 350 questionnaires surveyed and 300 of them were returned. The effective questionnaires are 215. The result of the study shows that informative conformity has positive effect on satisfaction. As to the interference effect of price perception on conformity and satisfaction, only prestige sensitivity has obvious interference effect on the aspect of informative conformity.

Keywords : conformity ; price perception ; satisfaction

## Table of Contents

中文摘要	iii	英文摘要	iv
誌謝辭	v	內容目錄	vi
目錄	viii	圖目錄	x
第一章 緒論	1	第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3	第二章 文獻回顧	5
第一節 名牌精品	5	第二節 從眾行為	8
節 價格知覺	15	第四節 購後滿意度	20
研究方法	24	第一節 研究變數操作型定義	24
節 研究假設	25	第三節 研究架構	28
節 問卷設計	29	第五節 抽樣設計	32
節 資料分析方法	33	第四章 研究分析與結果	35
節 樣本資料分析	35	第二節 各變數之信效度分析	39
節 研究變數之實證資料分析	43	第四節 從眾行為與購後滿意度之關係	46
節 價格知覺之干擾效果分析	48	第五章 結論與建議	54
節 研究結論	54	第二節 實務之建議	58
節 研究限制	59	參考文獻	61
調查問卷	72	附錄	

## REFERENCES

- 一、中文部份 Smith, E. R., & Haller, D. M. (2001), 社會心理學(莊耀嘉, 王重鳴譯), 台北市:桂冠圖書, (原文於2000年出版)。王湘盈(2003), 從眾行為之個人影響因素及其決策過程分析, 國立東華大學國際經濟研究所未出版之碩士論文。王詩晴(2003), 影響全球品牌成功推出副品牌之因素的探討 - 以精品業為例, 國立政治大學國際貿易研究所未出版之碩士論文。王祖健(2003), 網站技術、服務品質及購買成本對於網路商店顧客滿意度與忠誠度之影響, 國立成功大學國際企業研究所未出版之碩士論文。王雅嫻(2004), 產品能見度及知名品牌與消費者從眾之相關性初探, 國立交通大學管理學院國際經貿學程未出版之碩士論文。朱啟元(2009), 知覺價格公平性影響因素之研究, 國立雲林科技大學企業管理系未出版之碩士論文。朱珮君(2004), 國小兒童從眾行為對零食購買決策影響之研究, 私立世新大學觀光學研究所未出版之碩士論文。何凱凌(2003), 以名牌精品消費考察台灣消費社會, 私立東吳大學社會學系未出版之碩士論文。吳芳靜(2006), 運用結構方程模式探討銷售人員特質、品牌權益、知覺風險、顧客滿意度、關係品質與顧客忠誠度之影響 - 以台灣銀行業貴賓理財為例, 國立東華大學企業管理學系未出版之碩士論文。李莉絹(2006), 名牌精品涉入程度與消費行為之探討 - 以新竹地區消費者為例, 私立亞洲大學國際企業系未出版之碩士論文。沈孝思(2006), 品牌形象、知覺品質、知覺價值、顧客滿意與再購買意願之研究 - 以保健食品為例, 國立成功大學高階管理碩士在職專班未出版之碩士論文。林志鴻(2002), 時尚符號的媒體產製與消費: 以中國風流行風潮下的本土時尚意識為例, 私立輔仁大學織品服裝研究所未出版之碩士論文。林振揚(2007), 產品屬性、產品品牌知識與商店環境對消費者購買意願影響之研究 - 以液晶電視(LCD TV)為例, 私立輔仁大學管理學研究所未出版之碩士論文。林佩瑩(2008), 品牌形象、消費者從眾行為與價值敏感度影響之研究, 私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。高祖安(2006), 國際知名品牌與顧客滿

意度關係之探討 - 以NIKE運動鞋為例，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 陳俊孝(2002)，品牌形象、價格知覺與服務品質對購買意願整合模式影響之研究，國立台北科技大學商業自動化與管理研究所未出版之碩士論文。 陳淑雅(2005)，忠誠方案形態、忠誠方案知覺價值、購後滿意度、預期後悔程度與忠誠度之關聯性研究 - 以汽車產業為例，國立成功大學國際企業研究所未出版之碩士論文。 陳佩汶(2006)，影響消費者選擇精品品牌之因素探討，國立中央大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 陳鈺達(2007)，從眾消費行為對顧客抱怨行為影響之研究，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之博士論文。 陳柏廷(2008)，連鎖咖啡店之價格知覺、關係品質及習慣對忠誠度之影響，國立屏東商業技術學院行銷與流通管理系未出版之碩士論文。 張詩偉(2007)，品牌形象、品牌關係品質、顧客關係品質、消費者涉入程度與品牌態度關係之研究 - 以名牌精品為例，私立輔仁大學心理學系未出版之碩士論文。 許瓊方(2006)，消費者網路購物從眾行為之研究 - 以Yahoo! 奇摩拍賣網站為例，國立交通大學管理學院國際經貿學程未出版之碩士論文。 游尚儒(2007)，知覺價格、知覺價值與知覺服務品質對消費者滿意度與再購意願影響之研究 - 以花蓮地區觀光飯店為例，國立東華大學企業管理學系未出版之碩士論文。 黃木泉(1996)，運動鞋品牌忠誠度之研究 - 以臺北縣市大學男生為例，國立台灣師範大學體育學系未出版之碩士論文。 黃德璋(2006)，高科技產品之品牌形象，品牌權益，顧客滿意度，涉入程度與品牌共鳴的關聯性研究 - 以3C產品為例，私立南華大學管理科學研究所未出版之碩士論文。 曾翔(2004)，消費者對精品服裝之仿冒品其購買意願之研究，國立中興大學行銷管理研究所未出版之碩士論文。 曾湘文(2006)，網路拍賣競標從眾行為之研究，私立銘傳大學資訊管理學系未出版之碩士論文。 廖茂祥(2005)，顧客產品知識、價格之絕對顧客價值之影響 - 以休旅車為例，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。 劉芳梅(1999)，產品知識對消費者從眾行為之影響，國立政治大學企業管理研究所未出版之碩士論文。 劉瑟卿(2005)，虛榮特性、價格之決與品牌購買意願關係之研究 - 以時尚服飾業為例，私立朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。 劉力瑄(2006)，名牌精品之品牌忠誠度研究，私立中國文化大學國際企業管理研究所未出版之碩士論文。 劉進德(2007)，價格知覺、服務品質對於顧客關係管理之影響 - 以照明產業為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版之碩士論文。 蔡德忠(2003)，商店印象、顧客滿意度與商店忠誠度之實證研究 - 以醫療用品店為例，國立高雄第一科技大學行銷與流通管理系未出版之碩士論文。 謝昆璋(2007)，以群體從眾觀點探究衝動性購買行為-以職業運動棒球場為例，私立大葉大學事業經營研究所未出版之碩士論文。 簡惠珠(2006)，顧客價值、價格之厥、顧客滿意度、轉換成本對顧客忠誠度影響之研究 - 以量販店為例，國立成功大學管理學院高階管理碩士在職專班未出版之碩士論文。 羅旺鑾(2005)，品牌形象、關係行銷與價格知覺對購買意願之研究 - 以稅務代理業為例，國立台北科技大學工業工程與管理系未出版之碩士論文。 趙志修(2009)，服務保證、價格知覺與品牌購買意願關係之研究—以量販店為例，私立朝陽科技大學企業管理系未出版之碩士論文。

二、英文部份 Allen, V. L. (1965). Situational factors in conformity. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. New York: Academic Press. Aarts, H., & Dijksterhuis, A. (1999). How often did I do it? Experienced ease of retrieval and frequency estimates of past behavior. *Acta Psychologica*, 103, 77-89. Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachment as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529. Bearden, W. O., Rose, R. L., & Teel, J. E. (1994). Correlates of Conformity in the Consumption of Illicit Drugs and Alcohol. *Journal of Business Research*, 30, 25-31. Bearden, W. O. & Etzel, M. J. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions. *Journal of Consumer Research*, 9, 183-194. Burnkrant, R. E., & Cousineau, A. (1975). Informational and normative social influence in buyer behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(December), 206-214. Campbell, J. D., & Fairey, P. J. (1989). Informational and Normative Routes to Conformity: The Effect of Faction Size as a Function of Norm Extremity and Attention to the Stimulus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(3), 457-468. Christie, W. G. & Huang, R. D. (1995). Following the Pied Piper: Do Individual Return Herd around the Market?. *Financial Analyst Journal*, 51(4), 31-37. Cialdini, R. B., Kallgren, C. A. & Trost, M. R. (1998). Social influence: social norms, conformity, and compliance. In D. Gilbert, S. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (2nd ed., pp. 151-92), New York: McGraw-Hill. Deutsch, M. & Gerard, H. B. (1955). A Study of Normative and Informational Social Influences Upon Individual Judgment. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 51, 629-636. Eagly, A. H. (1978). Sex Difference in Influenceability. *Psychological Bulletin*, 85, 86-116. Feningstein, A., Scheier, M. F., & Buss, A. H. (1975). Public and Private Self-consciousness: Assessment and Theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527. Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1983). *Consumer Behavior Implication for Marketing*. Plano, Texas: Strategy Revised Business Publication. Huertas, S. C., & Powell, L. (1986). Effect of Appointed Leadership on Conformity. *Psychological Reports*, 59, 679-682. Kashyap, R., & Bojanic, D. C. (2000). A Structural Analysis of Value, Quality and Price Perceptions of Business and Leisure Travelers. *Journal of Travel Research*, 39, 45-51. Kelman, H. C. (1961). Process of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25, 57-78. Lasca, D. N., Bearden, W. O., & Rose, R. L. (1995). Norm Extremity and Interpersonal Influences on Consumer Conformity. *Journal of Business Research*, 32(3), 201-212. Lasca, D. N., & Zinkhan, G. (1999). Consumer conformity: Review and applications for marketing theory and practice. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 1-12. Linde, T. F., & Patterson, C. H. (1964). Influence of Orthopedic Disability on Conforming Behavior. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 68, 115-118. Lippa, R. A. (1990). *Introduction to Social Psychology*. California: Wadsworth, 521-545. Macinnis, H. (1997). *Consumer behavior*. New York: Houghton Mifflin, 393-394. McDougall, G. H. G., Levesque, T., & VanderPlaat, P. (1998). Designing the service guarantee: Unconditional or Specific. *Journal of Service Marketing*, 12(4), 278-293. Monroe, K. B. & Krishnan, R. (1985). The Effect of Price on Subjective Evaluation. In Jacoby, J., & J. Olson (Eds.), *Perceived Quality* (pp. 20-32). Lexington, Massachusetts: Lexington Books. Monroe, K. B. (1990). *Pricing: Making Profitable Decision* (2nd ed.). New York: Harper and Row. Monroe, K. B., Grewal, D., & Compeau, L. D. (1990). The Concept of Reference Prices: Theoretical Justifications and Research Issues. Chicago: Presented at the Association for Consumer Conference. Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall. Osterhus, T. L. (1997). Pro-social consumer Influence Strategies: When and How Do They Work? *Journal of Marketing*, 61(4), 16-29. Park, W. C., & Lessig, P. (1977). Students and housewife: differences in susceptibility to reference group

influence. *Journal of Consumer Research*, 4(9), 102-110. Park, C. S., & Srinivasan, V. (1994). A survey-based method for measuring and understanding brand equity and its extendibility. *Journal of Marketing Research*, 31(5), 271-288. Pincus, S., & Waters, L. K. (1977). Informational social influence and product judgments. *Journal of Applied Psychology*, 62, 615-619. Rao, A. R., & Monroe, K. B. (1988). The Moderating Effect of Prior Knowledge on Cue Utilization in Product Evaluations. *Journal of Consumer Research*, 15, 253-264. Ross, L., Bierbrauer, G., & Hoffman, S. (1976) The Role of Attribution Processes in Conformity and Dissent: Revisiting the Asch Situation. *Journal of Consumer Research*, 18, 233-242. Snyder, A., Mischel, W., & Lott, B. E. (1960). Value, Information, and Conformity Behavior. *Journal of Personality*, 28, 333-341. Thelen, H. A. (1954) *Dynamics of Groups at Work*. Illinois: Chicago University Press. Toboski, F. P., Juliano C.V., & Kerr W. A. (1956). Conformity and Success in the Field of Dramatics. *Journal of Social Psychology*, 43, 269-273. Tinson J., & Ensor J. (2001). Formal and Informal reference groups: An exploration of novices and experts in the maternity Services. *Journal of Consumer Behaviors*, 1(2), 174-183. Wilkie, W. L. (1994). *Consumer Behavior* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons. Williams, J. M. (1984). Assertiveness as a Mediating Variable in Conformity to Confederates of High and Low Status. *Psychological Reports*, 55, 415-418. Yarnold, P. R., Grimm, L. G., & Mueser, K. T. (1986). Social Conformity and the Type A Behavior Pattern. *Perceptual and Motor Skills*, 62, 99-104. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Mean-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22