



國立高雄科技大學  
企業管理系碩士班  
碩士論文

正面口碑、品牌形象、品牌熟悉度與購買意願之關聯  
性研究：以丹丹漢堡消費者為例

The Relationship among Positive Word-of-Mouth, Brand  
Image, Brand Familiarity and Purchase Intention: Taking the  
Consumers of Dandan Burger as an Example

研究生：梁玉興

指導教授：楊敏里 博士

中華民國 112 年 06 月

正面口碑、品牌形象、品牌熟悉度與購買意願之關聯  
性研究：以丹丹漢堡消費者為例

The Relationship among Positive Word-of-Mouth, Brand  
Image, Brand Familiarity and Purchase Intention: Taking the  
Consumers of Dandan Burger as an Example

研 究 生：梁玉興

指 導 教 授：楊敏里 博士

國立高雄科技大學

企業管理系碩士班

碩士論文

A Thesis  
Submitted to  
Department of Business Administration  
National Kaohsiung University of Science and Technology  
In Partial Fulfillment of Requirements  
For the Degree of Master of Business Administration

June 2023  
Kaohsiung, Taiwan, Republic of China

中華民國 112 年 06 月

國立高雄科技大學 (燕巢校區) 研究所學位論文考試審定書

企業管理系 碩士班

研究生

梁玉興

所提之論文

論文名稱(中文): 正面口碑、品牌形象、品牌熟悉度與購買意願之關聯性研究：以丹丹漢堡消費者為例

論文名稱(英/日/德文): The Relationship among Positive Word-of-Mouth, Brand Image, Brand Familiarity and Purchase Intention: Taking the Consumers of Dandan Burger as an Example

經本委員會評審，符合碩士學位論文標準。

學位考試委員會

召集人

饒志明

簽章

委員

饒志明

溫丹瑋

楊敏里

指導教授

楊敏里

簽章

系所主管

王崇昱

簽章

中華民國 112 年 6 月 日

保存期限：永久

## 國立高雄科技大學學位論文著作權歸屬協議書

論文名稱：正面口碑、品牌形象、品牌熟悉度與購買意願之關聯性研究：以丹丹漢堡消費者為例  
The Relationship among Positive Word-of-Mouth, Brand Image, Brand Familiarity and Purchase Intention: Taking the Consumers of Dandan Burger as an Example

研究生：梁玉興

論文種類：碩士論文

系所名稱：企業管理系

指導教授：楊敏里

茲為保障著作人著作權益，並就論文著作權之歸屬及事後權利行使方式，包括論文應如何公開發表、發表時應如何標示著作人姓名、論文事後可作何種修改以及未來應如何授權他人利用等事項，碩、博士生與指導（含共同指導）教授依下列原則達成協議：

- 一、碩、博士生所撰寫之論文，如指導（或共同指導）教授僅為觀念之指導，並未參與內容表達之撰寫，依著作權法規定，學生為該論文之著作人，並於論文完成時，即享有該論文之著作權，指導教授無法於事後主張為共同著作人，亦不得共同掛名為著作人。（著作權法第10條之1）
- 二、如指導（或共同指導）教授不僅為觀念的指導，且參與內容之表達而與學生共同完成論文，且各人之創作，不能分離利用者，則為共同著作，學生與指導教授為論文的共同著作人並共同享有著作權，此等共同著作著作權（包括著作財產權及著作人格權）的行使，即應取得碩、博士生與指導（或共同指導）教授之共同同意後，始得為之。（著作權法第8條、著作權法第40條之1第1項）
- 三、依上述原則，本論文之著作權歸屬：

研究生單獨擁有。

研究生與指導教授共同擁有。

研究生、指導教授及共同指導教授共同擁有。

研究生： 梁玉興

日期：112年08月15日

指導教授： 楊敏里

日期：112年8月15日

# 正面口碑、品牌形象、品牌熟悉度與購買意願之關聯性

## 研究：以丹丹漢堡消費者為例

學生：梁玉興

國立高雄科技大學

企業管理系碩士班

指導教授：楊敏里 博士

國立高雄科技大學

企業管理系 教授

國立高雄科技大學企業管理系碩士班

### 摘要

本研究旨在探討速食業在新冠疫情期間受到的影響，以及疫情後消費者的購買意願與正面口碑、品牌熟悉度和品牌形象之間的關聯性。研究使用問卷調查法，以丹丹漢堡的消費者為研究對象，共回收了301份有效問卷。

研究結果顯示以下幾點結論：首先，正面口碑對品牌熟悉度有顯著正向影響，即消費者的正面評價能夠提高他們對該品牌的熟悉程度。其次，正面口碑對品牌形象有顯著正向影響，即正面評價有助於提升品牌形象。第三，品牌熟悉度、品牌形象與正面口碑對購買意願有顯著正向影響。第四，品牌熟悉度和品牌形象在正面口碑對購買意願中起到中介作用，即它們在正面口碑對購買意願之間發揮著重要的連接作用。

關鍵詞: 速食業、正面口碑、品牌熟悉度、品牌形象、購買意願

# The Relationship among Positive Word-of-Mouth, Brand Image, Brand Familiarity and Purchase Intention: Taking the Consumers of Dandan Burger as an Example

Student : Luong Ngoc Hung

Advisor : Dr. Min-Li, Yang

Department of Business Administration  
National Kaohsiung University of Science and Technology

## ABSTRACT

This study aims to examine the impact of the fast-food industry during the COVID-19 pandemic and the relationship between consumers' purchase intention, positive word-of-mouth, brand familiarity, and brand image after the pandemic. The research utilized a questionnaire survey method, focusing on consumers of Dandan Burger, and a total of 301 valid questionnaires were collected.

The research findings indicate the following conclusions: Firstly, positive word-of-mouth has a significant positive influence on brand familiarity, meaning that consumers' positive evaluations can enhance their familiarity with the brand. Secondly, positive word-of-mouth has a significant positive impact on brand image, indicating that positive evaluations help improve the brand's image. Thirdly, brand familiarity, brand image, and positive word-of-mouth have a significant positive impact on purchase intention. Finally, brand familiarity and brand image play a mediating role in the relationship between positive word-of-mouth and purchase intention, serving as important connectors between positive word-of-mouth and purchase intention.

Keywords: Fast Food Industry, Positive Word-of-Mouth, Brand Image, Brand Familiarity, Purchase Intention

## 謝誌

光陰荏苒，轉眼間我即將完成兩年的碩士學程，獲得 MBA 碩士學位。在這段歲月裡，我深刻體會到追求夢想的偉大，以及努力實踐自我的重要性。在學習的道路上，我明白沒有捷徑可走，每一項能力都是經過多年累積而成的。

我由衷感謝我的恩師，指導教授楊敏里博士，您在我論文撰寫過程中的啟蒙與教導，以及對我的邏輯思考能力的培養。感謝您在百忙之中不厭其詳地指導我，您的支持與教誨使我受益匪淺。同時，也要感謝論文口試的老師們，召集人鐘志明博士與委員溫丹瑋博士。感謝您們如明燈指撥，提供寶貴的建議與指導，讓我的論文更加完善。

最後，感謝我親愛的爸媽、武清翠姊姊、身邊的同學與親友，有你們的陪伴與支持，使我得以順利完成學業。在這段學習的旅程中，有著你們無私的陪伴與支持，我真心感謝你們。你們是我最堅強的後盾，給予我無盡的鼓勵與信心，讓我勇敢地面對挑戰，不斷向前。無論遇到什麼困難，你們總是在我身旁，給予我支持與幫助。

在此，我想向大家表達由衷的感謝之情。有了你們的陪伴，我才能走到今天，取得 MBA 碩士學位。願我們的未來充滿光明！

梁玉興 謹致

國立高雄科技大學

企業管理系碩士班

民國 112 月 7 月