

國立臺北大學國際企業研究所 碩士論文計畫書

指導教授：陳澤義 博士

契合度、信任與知覺價值間因果關係之探討

The Causal Relationship among Fit, Trust, and Perceived Value



研究生：黃于真 撰

中華民國 100 年 6 月

國立臺北大學九十九學年度第二學期碩士學位論文提要

論文題目：契合度、信任與知覺價值間因果關係之探討 論文頁數：120

所 組 別：國際企業系(所) (學號：79835106)

研 究 生：黃于真 指導教授：陳澤義

論文提要內容：

本研究探討契合度(產品國家契合度、品牌形象契合度、產品屬性契合度)、品牌信任(過程基礎信任、特徵基礎信任、制度基礎信任)、以及知覺價值之間的因果關係，並且使用線性結構關係模型檢驗每個變數間的因果關係。本研究對在台北市東、南、西、北四區的百貨公司進行消費之族群進行配額抽樣。實證結果指出研究假設皆為正向關係，亦即當市場上某一企業決定發行新產品時，三項前置變數(產品國家契合度、品牌形象契合度、產品屬性契合度)皆會經由品牌信任增強消費者的知覺價值。當發行低涉入程度之產品時，品牌形象契合度對知覺價值有最大的影響；當發行高涉入程度之產品時，產品國家契合度對知覺價值有最大的影響。因此，本研究之管理意涵可提供全球企業適當的品牌延伸策略建議，並且幫助他們建立正向且強烈的顧客價值。

關鍵詞：契合度、品牌信任、知覺價值