

目 錄

第一章	緒論.....	1
第一節	研究背景.....	1
第二節	研究動機.....	5
第三節	研究目的.....	9
第二章	文獻探討.....	10
第一節	口碑傳播.....	10
第二節	影響口碑效果的因素.....	13
第三節	廣告溝通效果.....	20
第四節	口碑行為中的同質性、人際關係與廣告溝通效果.....	25
第五節	小結.....	26
第三章	研究方法.....	27
第一節	研究流程.....	27
第二節	研究架構.....	28
第三節	研究工具.....	32
第四節	研究變項與衡量.....	35
第五節	信度分析.....	45
第六節	資料處理與分析方法.....	47
第四章	資料處理與分析方法.....	48
第一節	樣本輪廓統計與分析.....	48
第二節	人際關係強度與廣告溝通效果.....	51
第三節	同質性、人際關係與廣告溝通效果.....	57
第四節	綜合分析.....	63



第五章	結論與建議.....	68
第一節	研究結論.....	68
第二節	研究限制.....	76
第三節	研究建議.....	77
參考文獻	78
問卷	84



表 目 錄

表 2-3-1 :	廣告階層效果與廣告功能角色與溝通效果衡量指標對照表.....	22
表 2-3-2 :	整理各學者對態度之定義表.....	23
表 3-4-1 :	同儕間相識時間總數與程度衡量.....	37
表 3-4-2 :	問卷題項與測量構面(1).....	39
表 3-4-3 :	問卷題項與測量構面(2).....	40
表 3-4-4 :	問卷題項與測量構面(3).....	43
表 3-5-1 :	前測問卷信度分析表.....	45
表 3-5-2 :	正式問卷信度分析表.....	46
表 4-1-1 :	人口變項次數分配表.....	48
表 4-1-2 :	社群網路使用狀況表.....	49
表 4-2-1 :	時間總數與廣告態度溝通效果差異統計表.....	51
表 4-2-2 :	互動頻率與廣告態度溝通效果變異數分析檢定摘要表.....	52
表 4-2-3 :	信賴感與廣告態度溝通效果變異數分析檢定摘要表.....	52
表 4-2-4 :	互惠行為與廣告態度溝通效果變異數分析檢定摘要表.....	53
表 4-2-5 :	時間總數與廣告行為溝通效果變異數分析檢定摘要表.....	54
表 4-2-6 :	互動頻率與廣告行為溝通效果變異數分析檢定摘要表.....	55
表 4-2-7 :	信賴感與廣告行為卡方檢定表.....	55
表 4-2-8 :	互惠行為與廣告行為卡方檢定表.....	56
表 4-3-1 :	人際關係因素、同質性與廣告溝通效果相關性敘述統計表.....	57
表 4-3-2 :	具有職業同質性之人際關係與廣告態度溝通效果相關統計表...	58
表 4-3-3 :	具有性別同質性之人際關係與廣告態度溝通效果相關統計表...	58
表 4-3-4 :	具有年齡同質性之人際關係與廣告態度溝通效果相關統計表...	59
表 4-3-5 :	具有職業同質性之人際關係與廣告行為溝通效果相關統計表...	60
表 4-3-6 :	具有性別同質性之人際關係與廣告行為溝通效果相關統計表...	61

表 4-3-7：	具有年齡同質性之人際關係與廣告行為溝通效果相關統計.....	61
表 4-4-1：	研究假設與結果敘述表 (1).....	64
表 4-4-2：	研究假設與結果敘述表 (2).....	65



圖目錄

圖 1-1-1： 台灣區 Facebook 會員人口統計情形.....	2
圖 1-1-2： 台灣 Facebook 會員成長數.....	3
圖 1-2-1： 中國社交網站排名.....	6
圖 1-2-2： 2009 年全世界社群網絡使用者的社交活動情形.....	7
圖 2-1-1： 網路口碑擴散圖.....	12
圖 2-2-1： Gilly 所提出之影響訊息接收者購買決策的因素.....	14
圖 2-2-2： Bansal & Voyer 所提出之影響訊息接收者購買決策的因素.....	14
圖 2-2-3： 人際關係連繫圖.....	17
圖 2-2-4： 弱連繫人際關係圖.....	18
圖 2-3-1： 廣告之層級效果模式.....	21
圖 3-1-1： 研究流程圖.....	27
圖 3-2-1： 研究架構圖.....	28
圖 3-4-1： Facebook 粉絲專頁邀請.....	35
圖 3-4-2： Facebook 粉絲專頁內容.....	36
圖 3-4-3： Facebook 使用者資料頁面.....	36
圖 3-4-4： 美國 2009 年社群網站使用者拜訪社群網站頻率.....	38
圖 3-4-5： 社群網路使用者使用之頻率.....	42
圖 3-4-6： 2009 年全世界社群網絡使用者的社交活動情形.....	43
圖 5-1-1： 2009 年 8-9 月線上經銷商最近使用的社群媒體工具.....	72