



โลโก้ฉันไหนทำให้คุณอยากกิน Burger King?

6220422001 สิริธิดา กังวาฬวัฒนา

6220422004 อโยธยา ศรีอินทร์

6220422005 กาจัน กุลชนะรัตน์

6210422007 ณัฐโชค นามวงษ์

6220422011 วีรัชย์ คู่สมบุญ

วิธีการเก็บข้อมูล

A: Original Logo

คุณกิน Burger King บ่อยแค่ไหน

☐ หลายเดือนครั้ง


☐ เดือนละครั้งหรือมากกว่า

คุณชื่นชอบ Burger King หรือไม่

☐ ชอบ

☐ ไม่ชอบ

Burger King logo



โลโก้นี้ด้านบนทำให้คุณอยากกิน Burger King ขนาดไหน 1-10 (10 คืออยากกินมาก)

B: New Logo

คุณกิน Burger King บ่อยแค่ไหน

☐ หลายเดือนครั้ง


☐ เดือนละครั้งหรือมากกว่า

คุณชื่นชอบ Burger King หรือไม่

☐ ชอบ

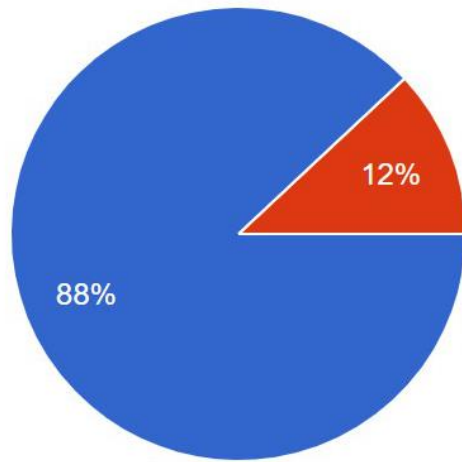
☐ ไม่ชอบ

Burger King logo

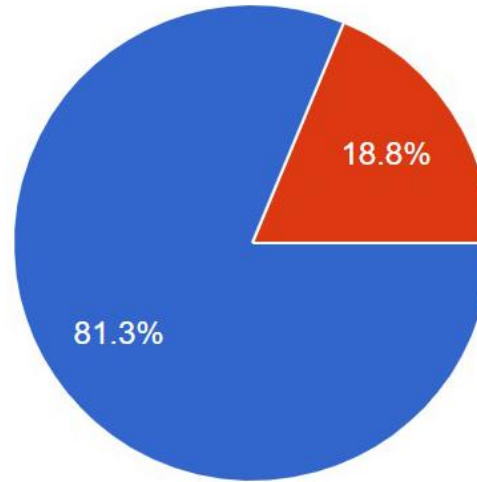


โลโก้นี้ด้านบนทำให้คุณอยากกิน Burger King ขนาดไหน 1-10 (10 คืออยากกินมาก)

ความบ่อยในการทาน burger king



Original Logo
25 response

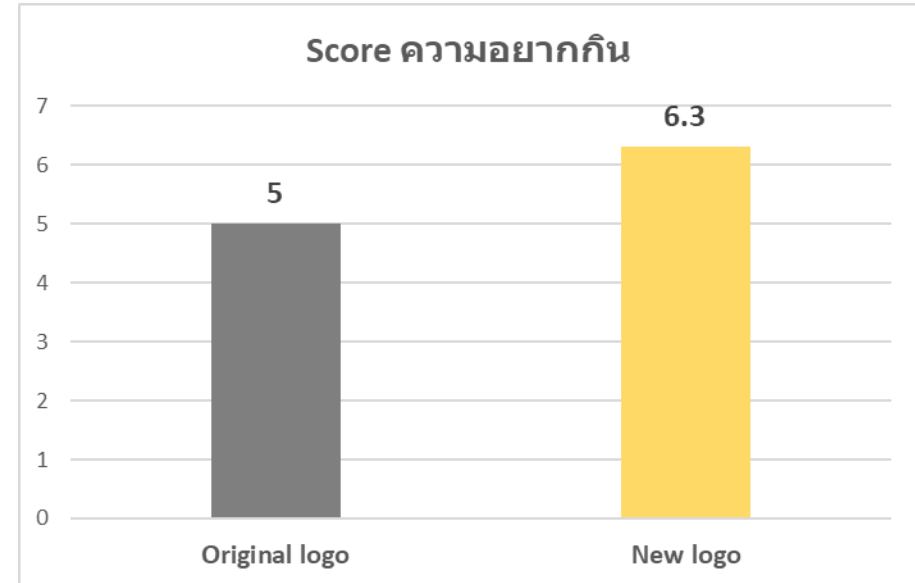
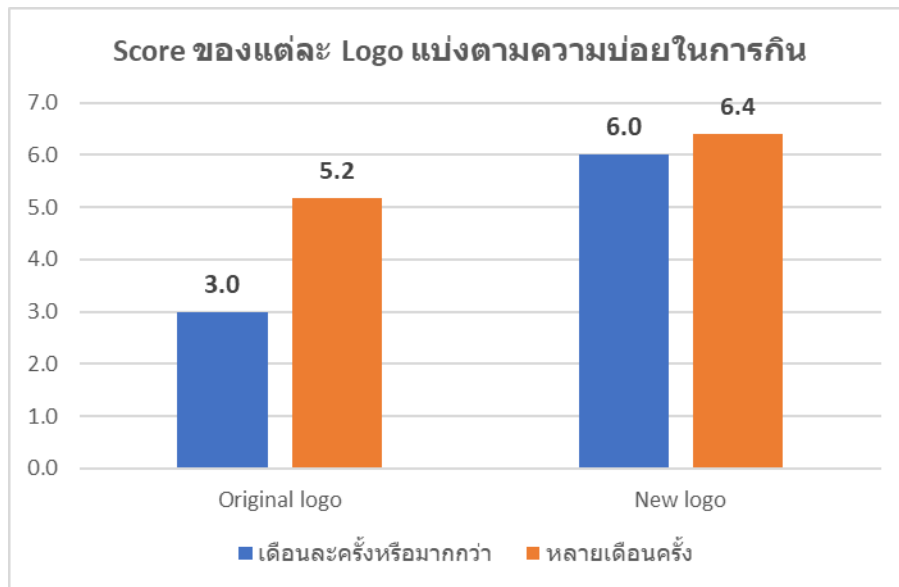


New Logo
16 response

- หลายเดือนครั้ง
- เดือนละครั้งหรือมากกว่า

- จากผู้ทดสอบ พบว่า ส่วนใหญ่
แล้วเป็นกลุ่มคนที่ทาน
burger king ไม่บ่อยนัก

สรุปผล



- จะเห็นว่ากลุ่มคนที่ทาน **burger king** ไม่บ่อยจะให้คะแนนในความอยากกินมากกว่ากลุ่มคนที่ทานบ่อย
- จาก **score** ของความอยากกินพบว่า โลโก้ใหม่ได้ **score** ในความอยากกินสูงกว่า โลโก้เก่า

Statistical significant

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Score	Equal variances assumed	.908	.349	1.932	28	.064	1.33333	.69007	-.08020	2.74687
	Equal variances not assumed			2.003	26.400	.056	1.33333	.66555	-.03372	2.70039

Levene's test : We do not reject null that Variance are equal

With 95% CI we have no evidence to reject null, therefore the mean score of new logo and original logo are not significantly different (P-value =0.056)