

大学生网购满意度影响因素的实证研究

摘要

近年来，互联网的发展带动了电商行业的繁荣发展，疫情期间的特殊情况更是为电商的发展提供了机遇。大学生消费群体在电商网购中有着十分重要的地位，因此，大学生群体的网购就成为了一个值得深入探讨的课题。

本文从大学生消费群体的角度出发，以大学生购物网站为平台，通过总结前人对大学生网购的认知、特征与结构、影响因素提出假设：大学生网购网站的产品价值越高、网站安全性越高、物流服务越好，越能够提高大学生消费群体的网购满意度。本研究将结合假设和该领域学者们的结果设计问卷，并通过 QQ、微信、微博三个网络平台发布和收集，对收集到的数据将进行基本的描述性统计，之后将对量表数据进行分析以验证假设。

研究结果显示，单独来看，产品价值、网站安全性和物流配送对学生的网购满意度会有显著的积极影响。当三个因素同时存在时，物流配送对大学生网购满意度产生的影响最为显著，其次是产品价值，最后是网站安全性。基于此次的实证研究，本文向购物网站提出了以下建议：一是要注重产品价值的提高，二是提高网站安全性，三是谨慎选择物流配送服务商。希望购物网站及其商家能够在时代的新浪潮中把握机遇，实现可持续发展。

关键词：大学生购物；满意度；电子商务

目录

摘要.....	I
Abstract.....	II
一、绪论.....	1
(一) 研究背景.....	1
(二) 研究意义.....	2
(三) 研究方法.....	2
(四) 研究思路.....	3
二、文献综述.....	5
(一) 大学生网购的现状 & 行为分析.....	5
(二) 大学生网购的影响因素.....	5
(三) 大学生网购心理分析.....	6
(四) 文献述评.....	6
三、研究设计.....	6
(一) 研究假设.....	6
(二) 问卷设计.....	7
(三) 问卷发放结果.....	9
四、数据分析与假设检验.....	9
(一) 预调研.....	9
(二) 描述性统计分析.....	9
(三) 量表的信度与效度分析.....	10
(四) 变量的信度分析和探索性因子分析.....	11
(五) 相关分析.....	13
(六) 回归分析.....	14
(七) 各因素对满意度的多元线性回归系数.....	15
(七) 假设检验结果.....	17
五、研究结论与建议.....	18
(一) 研究结论.....	18

（二）启发建议.....	18
参考文献.....	20
附录 调查问卷.....	22
致谢.....	24

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/448125015141006054>