

# 目 錄

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 中文摘要.....               | i   |
| 英文摘要.....               | ii  |
| 誌謝.....                 | iii |
| 目錄.....                 | iv  |
| 圖目錄.....                | v   |
| 表目錄.....                | vi  |
| 第一章 緒論.....             | 1   |
| 1.1 研究背景與動機.....        | 1   |
| 1.2 研究目的.....           | 7   |
| 1.3 研究範圍.....           | 8   |
| 1.4 研究流程.....           | 9   |
| 第二章 文獻探討.....           | 10  |
| 2.1 網路商店.....           | 10  |
| 2.2 價值觀.....            | 11  |
| 2.3 網路商店屬性.....         | 14  |
| 2.4 滿意度.....            | 16  |
| 2.5 忠誠度.....            | 19  |
| 第三章 研究方法.....           | 24  |
| 3.1 研究架構.....           | 24  |
| 3.2 研究假說.....           | 25  |
| 3.3 各變數之操作型定義及衡量問項..... | 27  |
| 3.4 資料分析方法.....         | 31  |
| 3.5 研究限制.....           | 32  |
| 第四章 資料分析結果.....         | 33  |
| 4.1 樣本資料特性之分析.....      | 33  |
| 4.2 信度與效度分析.....        | 46  |
| 4.3 整體模式之關係分析.....      | 55  |
| 第五章 結論與建議.....          | 64  |
| 5.1 結果與討論.....          | 64  |
| 5.2 管理意涵.....           | 66  |
| 5.3 後續研究建議.....         | 67  |
| 參考文獻.....               | 68  |
| 附錄、問卷.....              | 75  |

## 圖目錄

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 圖1-1 2000~2009年我國B2B電子商務市場規模預測..... | 2  |
| 圖1-2 2005~2009年我國線上購物市場規模預測.....    | 3  |
| 圖1-3 2005年電子商店主要商品/服務類別市場規模百分比..... | 4  |
| 圖1-4 2004年網路使用者網路購買產品類型.....        | 4  |
| 圖1-5 2005年網路公司經營型態.....             | 5  |
| 圖1-6 電子商店獲利狀況.....                  | 6  |
| 圖1-7 研究流程.....                      | 9  |
| 圖3-1 研究架構.....                      | 24 |
| 圖4-1 理論模式與參數架構.....                 | 56 |
| 圖4-2 整體模式變數間之關係.....                | 62 |



## 表目錄

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 表2-1 Rokeach 價值量表.....           | 13 |
| 表3-1 個人價值觀衡量問項.....              | 28 |
| 表3-2 網路商店屬性衡量問項.....             | 29 |
| 表3-3 網路商店滿意度衡量問項.....            | 30 |
| 表3-4 網路商店忠誠度衡量問項.....            | 30 |
| 表4-1 回收樣本之基本資料次數分配表.....         | 33 |
| 表4-2 轉軸後的成份矩陣.....               | 35 |
| 表4-3 多變量變異數分析之結果表.....           | 37 |
| 表4-4 「網路商店別」組間效果分析之結果表.....      | 37 |
| 表4-5 網路商店別對各構面變數之多重比較結果表.....    | 38 |
| 表4-6 「受訪者性別」組間效果分析之結果表.....      | 40 |
| 表4-7 受訪者性別統計量及t值表.....           | 41 |
| 表4-8 「受訪者教育程度」組間效果分析之結果表.....    | 42 |
| 表4-9 受訪者教育程度對各構面變數之多重比較結果表.....  | 42 |
| 表4-10 「個人平均月收入」組間效果分析之結果表.....   | 43 |
| 表4-11 個人平均月收入對各構面變數之多重比較結果表..... | 44 |
| 表4-12 「受訪者職業」組間效果分析之結果表.....     | 45 |
| 表4-13 受訪者職業對各構面變數之多重比較結果表.....   | 45 |
| 表4-14 價值觀量表的信度分析.....            | 46 |
| 表4-15 商店屬性量表的信度分析.....           | 47 |
| 表4-16 顧客滿意度量表的信度分析.....          | 49 |
| 表4-17 顧客滿意度量表的信度分析.....          | 49 |
| 表4-18 價值觀的二階驗證性因素分析.....         | 50 |
| 表4-19 商店屬性的二階驗證性因素分析.....        | 51 |
| 表4-20 顧客滿意度的驗證性因素分析.....         | 53 |
| 表4-21 顧客忠誠度的驗證性因素分析.....         | 54 |
| 表4-22 構面間之共變數.....               | 57 |
| 表4-23 整體理論模式的衡量模式分析.....         | 58 |
| 表4-24 的理論結構模式之路徑係數.....          | 62 |