

# An Empirical Research on Influencing Factors of Online Group-Buying Satisfaction of College Students in Xi'an

Chao Dong

Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an  
Email: sosohu\_2008@163.com

Received: Jul. 26th, 2012; revised: Aug. 10th, 2012; accepted: Aug. 16th, 2012

**Abstract:** Based on previous study of influencing factors of online group-buying satisfaction, in this paper, taking college students in Xi'an as the respondents, we adopted the questionnaire survey method and obtained a lot of information about online group-buying satisfaction of Xi'an college students. Then we used SPSS and AMOS software for statistical analysis and processing. The result shows that: website quality, website reputation, business services, respectively, and online group-buying satisfaction were positively correlated. Especially, website reputation has significant influence on the level of satisfaction. At last, we proposed corresponding strategic recommendations to group-buying web sites.

**Keywords:** College Students; Online Group-Buying; Satisfaction; Influencing Factors

## 西安大学生网络团购满意度影响因素实证研究

董超

西安财经学院, 西安  
Email: sosohu\_2008@163.com

收稿日期: 2012年7月26日; 修回日期: 2012年8月10日; 录用日期: 2012年8月16日

**摘要:** 本文在对前人有关网络团购满意度影响因素研究的基础上, 以西安在校大学生为调查对象, 采用问卷调查的方式, 获得了西安市大学生网络团购满意度的基本状况, 运用统计软件 SPSS 对调查数据进行统计分析, 用 AMOS 软件对数据进行处理, 结果表明: 网站质量、网站信誉、商家服务均对大学生团购满意度呈正相关, 其中网站信誉对满意度影响最显著。最后有根据性的向团购网站提出策略建议。

**关键词:** 大学生; 网络团购; 满意度; 影响因素

### 1. 引言

一场互联网引发的消费革命网络团购在国际上通称为 B2T(Business To Team)。随着中国电子商务的繁荣发展, 近两年多时间, 网络团购在中国网民中流行起来。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)2012年1月发布的统计报告显示, 截至2011年12月底, 中国网民规模突破5亿, 达到5.13亿, 全年新增网民5580万。互联网普及率较上年底提升4个百分点, 达

到38.3%<sup>[1]</sup>。在网络团购方面, 据团800统计, 国内团购市场2011年全年共上线54万期团购活动, 销售额总量超过110亿元, 相当于2010年的5.5倍<sup>[2]</sup>。自2010年团购在中国出现以来, 这种模式迎合了网民对服务性商品的需求, 填补了市场空白。可以预见, 网上团购将成为网民的生活常态。

在规模庞大的网购群体中, 在校大学生受教育程度高, 有可自由支配的生活费用, 对新生事物接受程

度较高，加之拥有电脑的大学生越来越多，大学生利用网络资源进行商品交易的频率不断增大，大学生已成为网络购物的一个重要目标客户群。根据 2010 年网络团购用户研究报告显示，在网络团购用户特征的调查中，18~29 岁的用户比例接近 70%，以在校大学生居多，而在网络团购用户学历分布中，本科以上学历用户占到了 67%左右，比非团购用户高了近 20%<sup>[3]</sup>。显然大学生已经成为网络团购的主要力量，是具有极大发展空间的网络团购潜在市场。

本文就影响西安大学生团购满意度影响因素进行分析和讨论，研究如何改进网络团购的服务质量，对于提高大学生团购满意度，改进团购网站服务质量具有现实价值和意义。

## 2. 模型构建与假设

### 2.1. 模型

本文从网站质量、网站信誉和商家服务三个方面研究大学生团购满意度的影响因素。网站质量包括：网站的设计和结构布局、网站商品种类和数量、网站商品的信息和介绍和网站下单的操作步骤；网站信誉包括：网站访问量、商品质量、商品价格和支付方式；商家服务包括：发货速度、客服服务态度和售后服务(如图 1 所示)。

### 2.2. 研究假设

H1: 网站质量对大学生网络团购满意度存在正向的显著影响。

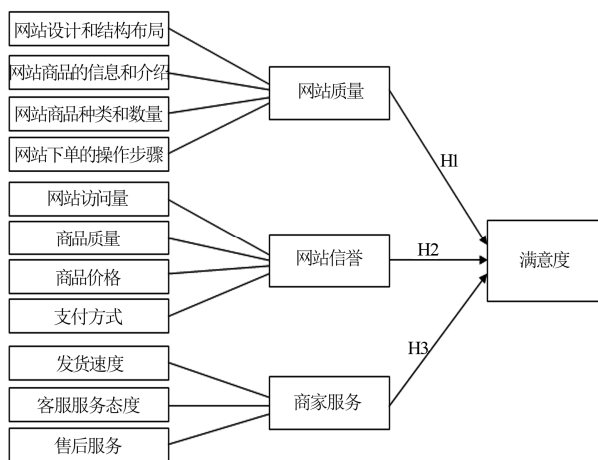


Figure 1. Research model and hypotheses  
图 1. 研究模型与假设

H2: 网站信誉对大学生网络团购满意度存在正向的显著影响。

H3: 商家服务对大学生网络团购满意度存在正向的显著影响。

## 3. 研究设计与数据分析

### 3.1. 问卷设计

本问卷分为两个部分：第一部分是调查者的基本信息，主要包括被调查者的性别、年级、平均月生活费用、是否有过团购经历、团购的次数及团购产品的类型；第二部分的所有项目都采用李克特 5 级量表，直接测试学生对具体问题及影响满意度因素的感知判断值。这部分是关于大学生网络团购满意度影响因素的调查，通过对问卷的说明和解释，被调查者能够根据相关指标对问卷中的满意度影响因素做出正确判断。

### 3.2. 数据收集

问卷调查采取实地发放与随机发放的形式，最终共发放问卷 100 份，发放对象为西安在校大学生，回收问卷 99 份，回收率为 99%，其中有效问卷 96 份，有效率为 97%。样本量符合进行数据分析的基本要求。

### 3.3. 数据分析与结果

#### 3.3.1. 描述性分析

在参加调查的学生中，男生比例为 44.9%，女生比例为 55.1%，女生略高于男生。在大学生年级的分布上，大三大四受调查的学生最多，占到了 46.1%，其次为大一、大二学生，占到了调查总人数的 32.1%，最后为研究生。在被调查者中，参加过团购的学生占总人数的 81.3%，没有参加过团购的学生占 18.7%。可以明显看出，绝大多数学生都参加过网络团购活动。在学生月平均生活费用上，有 65% 的大学生月平均生活费用在 500~1000 元，有 17% 的大学生月平均生活费用在 1000~1500 元。由此可以看出，大学生每月有可以自由支配的生活费用，具有相当的网络消费能力(如图 2 所示)。从团购频次来看，每年团购 3~5 次的学生最多，占总人数的 43.6%；有 24.4% 的学生团购次数比较频繁，每年团购次数达到 10 次以上(如表 1 所示)。

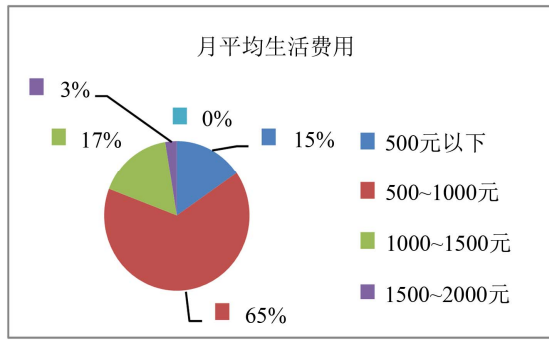


Figure 2. Average monthly living expenses for college students  
图 2. 大学生平均月生活费用

Table 1. Frequency statistics on online group-buying of college students  
表 1. 大学生网络团购的频次统计

网络团购频次(年)	0	1	2	3~5	5~10	>10
统计人数的百分比(%)	0	6.4	16.7	43.6	9.0	24.3

### 3.3.2. 信度分析

信度反映了问卷测量结果的一致性和稳定性。本文运用 SPSS 进行了信度检验, 从而得到问卷的整体信度。网站质量、网站信誉、商家服务的 Alpha 系数分别为 0.740、0.661、0.731, 总体信度检验结果为 0.823, 所以量表信度情况较好, 体现问卷设计合理(如表 2 所示)。

### 3.3.3. 效度检验

本文采用 KMO 和 Bartlett 球形检验对整个量表进行了结构效度检验。KMO 值为 0.851, Bartlett 球形检验卡方值为 260.120, P 值为 0.000, 因此可以说明本研究数据有很好的建构效度(如表 3 所示)。

### 3.3.4. 假设验证与结果分析

根据 AMOS 统计结果分析, 假设均通过了检验。即网站质量、网站信誉和商家服务都对大学生网络团购满意度有着显著的影响, 与其有着正相关的关系。

分析结果表明, 网站信誉(0.437)对大学生网络团购满意度正向影响最强, 在网站信誉的维度中, 商品质量(0.839)、商品价格(0.821)、网站访问量(0.817)及支付方式(0.796)均会不同程度的影响大学生网络团购的满意度, 其中, 商品质量(0.839)对满意度的影响作用更为明显。其次是网站质量(0.343)对团购满意度的影响, 网站质量中的网站商品种类和数量(0.836)以及网站商品的信息和介绍(0.819)对团购满意度的影响较

Table 2. Reliability analysis  
表 2. 可靠性分析

	网站质量	网站信誉度	商家服务	总体检验
Alpha 系数	0.740	0.661	0.731	0.823

Table 3. KMO and Bartlett's test  
表 3. KMO 检验和 Bartlett 球形检验

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.851
Approx. Chi-Square	260.120
Bartlett's Test of Sphericity	df
	66
Sig.	0.000

为显著, 而网站设计和结构布局(0.782)以及网站下单的操作步骤(0.793)相对来说对满意度的影响并不显著。最后是商家服务(0.306)对团购满意度的影响, 商家服务中发货速度(0.805)对大学生团购满意度影响明显, 而客服服务态度(0.624)及售后服务(0.738)相对来说影响不显著。

## 4. 研究结论

通过数据分析验证了前面提出的影响西安大学生网络团购满意度的模型与假设。本文得出的结论为: 网站信誉是影响大学生网络团购满意度的主要因素, 商家应该在商品质量和商品价格方面提高网站信誉度; 网站质量也是一个重要的影响因素, 商家应该不断丰富网站商品的种类和数量并且对本站商品进行详细的文字和图片说明; 商家服务对团购满意度的影响主要集中在发货速度和售后服务上, 因此商家应着重从这两方面提高加强。

同时, 本研究调查对象主要集中于西安的在校学生, 调查对象为各个年级总共 100 名学生。由于调查样本还不够广泛, 样本数目还不够大, 研究结论容易受到样本人群特征的影响, 有一定的局限性。本论文的未来研究还将进一步修改调查问卷, 并对全国在校大学生进行抽样调查, 以便更好地对大学生网络团购满意度的影响因素进入深入的研究。

## 参考文献 (References)

- [1] 第 29 次中国互联网络发展状况统计报告[URL], 2012. [http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/2011107/t20110719\\_22132.html](http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/2011107/t20110719_22132.html)

- [2] 2011年中国团购统计报告[URL], 2011.  
[http://zixun.tuan800.com/a/tuangoushujubaogao/list\\_13\\_1.html](http://zixun.tuan800.com/a/tuangoushujubaogao/list_13_1.html)
- [3] 2010年网络团购用户研究报告[URL], 2010.  
<http://www.dratio.com/2010/1116/103612.html>
- [4] 团800团购数据报告[URL], 2012.  
[http://zixun.tuan800.com/a/tuangoushujubaogao/list\\_13\\_1.html](http://zixun.tuan800.com/a/tuangoushujubaogao/list_13_1.html)
- [5] J. A. Howard, J. N. Sheth. The theory of buyer behavior. *British Journal of Marketing*, 1970, 4(2): 106.
- [6] 宁连举, 张莹莹. 网络团购消费者购买选择行为偏好及其实证研究——以餐饮类团购为例[J]. *东北大学学报(社会科学版)*, 2011, 5: 404-409.
- [7] 侯清麟, 张晖勇. 消费者网络团购行为分析[J]. *湖南工业大学学报(社会科学版)*, 2011, 4: 34-38.
- [8] 冯秋迪, 汪经吾, 李晓寒, 王浪浪. 大学生网络团购行为调查[J]. *决策与信息*, 2010, 10: 70.
- [9] 吴明隆. 问卷统计分析实务——SPSS操作与应用[M]. 重庆大学出版社, 2010.
- [10] 吴明隆. 结构方程模型——AMOS操作与应用[M]. 重庆大学出版社, 2009.