

# 網際網路行銷中消費者自我形象、自我檢校和產品涉入對廠商互動回應服務與滿意度間關聯性之調節效應探討

## 資料使用說明

### 一、計畫簡介

計畫主持人	張國忠
計畫執行單位	明新技術學院企業管理系
經費補助單位	行政院國家科學委員會
計畫執行期間	1998-08-01 ~ 1999-07-31
調查執行期間	1999-01-15 ~ 1999-02-10

### 二、釋出檔案說明

#### 1. 資料使用說明

資料使用說明.doc	含計畫簡介、釋出檔案說明、資料整理內容及使用注意事項等
------------	-----------------------------

#### 2. 問卷

ques.pdf	問卷檔
----------	-----

#### 3. 資料檔/欄位定義程式

data.dat	ASCII 資料檔
prog.sas	SAS 欄位定義程式，用來讀取 data.dat

#### 4. 過錄編碼簿

codebook.doc	所有變項的過錄編碼簿檔
--------------	-------------

#### 5. 調查報告/研究報告

report.doc	報告書全文檔案
------------	---------

### 三、資料整理內容及使用注意事項

- 中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心(以下簡稱本專題中心)所進行的資料整理方式，為不合理值檢核。本專題中心進行資料整理後發現以下問題：

#### 1) 不合理值

問卷題號	變項名稱	不合理值	不合理值次數
第二部分(二)-1	RESP1	5	74
		6	181
		7	393
第二部分(二)-2	RESP2	6	170
		7	419
第二部分(二)-3	ORDER	4	461
		5	4

問卷題號	變項名稱	不合理值	不合理值次數
	SEX	3	29
		4	72
		5	196
		6	281
		7	129
	AGE	5	181
		6	270
		7	131

- 2) 原計畫所提供之過錄編碼簿說明中，第三部份第 3 題為直接鍵入購物次數第 4 題為直接鍵入購物金額。但第 3 題的連續性變項所出現的次數分配集中 2 個數值之可能性較低；第 4 題的金額只出現 1-4 的可能性亦不高，因此資料庫認為此 2 題「可能」已重新編碼，原計畫並未提供其選項數值說明。
2. 本專題中心未進行邏輯檢核，資料檔中變項若有出現「系統遺漏值」者，可能係因題目間跳答過錄的設計、受訪者漏未回答等因素所致，故請自行判斷並於使用時多加留意。

#### 四、資料引用說明

由於各期刊或論文要求的參考文獻格式不同，可視需求自行修正。

##### 1. 中文參考文獻格式

張國忠（2000）。網際網路行銷中消費者自我形象、自我檢校和產品涉入對廠商互動回應服務與滿意度間關聯性之調節效應探討（E88002）【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫。doi:10.6141/TW-SRDA-E88002-1

##### 2. 英文參考文獻格式

Kuo-chung Chang. (2000). Exploring the Moderating Effects on Relationship Between Web Shop Interactive Services and Consumer Satisfaction in Internet Shopping (E88002). [Data file]. Available from Survey Research Data Archive, Academia Sinica. doi:10.6141/TW-SRDA-E88002-1

#### 五、聯絡方式

中央研究院人社中心調查研究專題中心「學術調查研究資料庫」

[srda@gate.sinica.edu.tw](mailto:srda@gate.sinica.edu.tw)

---

上述內容由中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心製作；尊重學術倫理，本資料僅供資料申請者使用，勿擅自拷貝或轉贈他人使用。