ABSTRACT

Owing to the rapid development of information technology and market globalization, enterprises have encountered a strongly competitive stress of survival. Consequently, it is important to satisfy customer's requirements by using information technology and managerial skills effectively. This study focuses on the relationship between customer's perceived value and e-loyalty. By using the factor analysis and path analysis, we identify the key factors for customer's perceived value of the e-bookstores. Then we analyze the relationship between them. From the study, it shows that the customer's perceived value of the e-bookstores includes safety of business transaction, integrity of product information, specificity of service, and the capability and user friendliness provided by the website. Each of these factors effects the customer satisfaction and e-loyalty positively. Therefore, finding customer's perceived value will help enterprises to extend customer's satisfaction and loyalty.

Keywords: Customer relationship management, customer's perceived value, customer satisfaction, e-loyalty, path analysis
中文文獻

2. 王保進, 統計套裝程式SPSS與行為科學研究, 松崗出版, (1997)。
3. 周文賢, 多變量統計分析SAS/STAT使用方法, 智勝出版, (2002)。
4. 吳明隆, SPSS統計應用實務, 松崗出版, (1999)。
5. 吳思華, 策略九說, 脣譜出版, (1996)。
6. 吳華閔, 網站設計架構與價格促銷時機對消費者喜好程度與評價之影響, 政治大學國際貿易學系碩士論文, (1999)。
7. 吳雅琪, 影響網路書店消費者忠誠度形成因素之研究, 政治大學國際貿易學系碩士論文, (2002)。
8. 林芸貞, 網路商務之顧客價值探討 – 以圖書出版產品為例, 東華大學企業管理學系碩士論文, (1999)。
9. 林清山, 「線性結構關係」(LISREL) 電腦程式的理論與應用, 《測驗年刊》, 31輯, 第149-164頁, (1984)。
11. 高靜怡, 以交易成本理論探討顧客滿意度與忠誠度之關係 – 以入口網站及ISP市場為例, 政治大學國際貿易學系碩士論文, (2000)。
12. 陳郁茹, 藉由建立消費者網路購物之信任模式以提升顧客忠誠度, 淡江大學資訊管理學系碩士論文, (2001)。
13. 陳致魁, 關係品質對網路網書店顧客忠誠度影響之研究, 大葉大學資訊管理研究所碩士論文, (2001)。
15. 張雅蓉, 顧客知識價值與忠誠度之研究, 台灣科技大學企業管理學系碩士論文, (2000)。
16. 張國倫, 基於資料挖掘學習方法探討顧客關係管理問題, 輔仁大學資訊管理研究所博士論文, (2001)。
17. 呂石松, 顧客價值與網路忠誠度之關係, 中興大學企業管理學系碩士論文, (2000)。
18. 劉智華, 網站體驗與上站忠誠度之關係研究, 中原大學資管管理學系碩士論文, (2000)。
19. 陳雅峰, 部門行銷, 天下文化, (2001)。
20. 資料來源：《網絡顧客價值》,


Kotler, P., "Marketing management: analysis, planning, implementation, and control," 7thed, Prentice-Hall


Day, R.L., and Hunt, H.K., "Toward a process model of consumer satisfaction, in conceptualization and measurement of consumer satisfaction..."


