

影響美妝網站使用意圖關鍵因素之實證研究

賴佳伶、魏文欽

E-mail: 9806206@mail.dyu.edu.tw

摘要

隨著電子商務的蓬勃發展，加上女性上網族群攀升，具有產品多元化與購物便利的美妝網站，可說商機無窮。本研究是以「科技接受模式理論」融合「資訊系統成功模式」中的系統品質、資訊品質、服務品質作為外部變數以衡量網站品質，目的在於探討其網站品質對於認知有用性、認知易用性以及使用意圖之影響。

本研究對象為可直接在線上訂購或線上付款的美妝網站，問卷是採取便利抽樣，以網路問卷方式施測，將問卷放置在My3q網站上，將其網址放置於bbs站作連結填答；有效問卷為271份，透過實證的資?，探討美妝網站使用者對於此網站的使用意圖關鍵因素作分析與研究。

本研究方法是採用理論結構方程模式(SEM)，進行本模式分析及研究。研究結果發現使用意圖會受到認知易用性之影響；認知易用性則受到系統品質、資訊品質與服務品質之影響；而認知有用性會受到資訊品質與認知易用性之影響；並從研究結果以提供美妝網站業者實務上之建議，以及改善之策略與方向。

關鍵詞：美妝網站、科技接受模式、資訊系統成功模式、使用意圖、結構方程模式

目錄

中文摘要	iii
英文摘要	iv
誌謝辭	vi
內容目錄	vii
表目錄	ix
圖目錄	x
第一章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第三節 研究流程	4
第四節 研究架構	5
第二章 文獻探討	6
第一節 美妝網站	6
第二節 科技接受模式	9
第三節 資訊系統成功模式	17
第四節 研究假設之建立與研究架構	25
第三章 研究方法	32
第一節 變數之操作型定義與衡量	32
第二節 問卷設計	38
第三節 前測	38
第四節 研究範圍與抽樣方法	39
第五節 資料分析方法	39
第四章 實證分析	45
第一節 樣本結構分析	45
第二節 敘述性分析	50
第三節 相關分析	54
第四節 信度與效度分析	55
第五節 整體結構模式分析	58
第六節 討論	68
第七節 管理意涵	71
第五章 結論與建議	74

第一節	結論	74
第二節	研究限制與未來研究建議	75
參考文獻	78
附錄	研究問卷	90

表目錄

表 2-1	TAM相關研究整理	15
表 2-2	品質構面相關研究	23
表 3-1	系統品質之衡量問項	33
表 3-2	資訊品質之衡量問項	34
表 3-3	服務品質之衡量問項	35
表 3-4	認知有用性之衡量問項	36
表 3-5	認知易用性之衡量問項	37
表 3-6	美妝網站使用意圖之衡量問項	37
表 3-7	SEM模式配適度檢定指標	44
表 4-1	樣本基本資料分析	47
表 4-2	美妝網站使用行為分析	49
表 4-3	各變項平均數與標準差	52
表 4-4	變數間相關係數分析表	55
表 4-5	本研究問卷變數之信度分析	56
表 4-6	本研究變數之平均萃取變異量	57
表 4-7	整體理論模式之衡量分析	59
表 4-8	本研究模式之配適度	61
表 4-9	本研究變數之路徑效果分析表	63
表 4-10	結構方程模式之參數檢定	64
表 4-11	假設成立與未獲支持之檢定結果	67

圖目錄

圖 1-1	研究流程圖	4
圖 2-1	理性行為理論模型	10
圖 2-2	科技接受模式(TAM)	12
圖 2-3	研究架構圖	31
圖 4-1	整體模式之關係圖	65

參考文獻

一、中文部份沈旭瑜(2002), 美妝網站的品牌行銷, 動腦期刊, 318, 54-56。余泰魁, 吳桂森, 李能慧(2005), 我國技職體系學生MP3使用行為模式之研究, 資訊管理學報, 12(3), 189-222。吳嘉恩(2008), 校務行政系統使用者滿意度之研究 - 以吳鳳技術學院為例, 南華大學資訊管理研究所未出版之碩士論文。?秀芬, ?姍美(2006), 網站品質構面對顧客滿意?影響之研究, 聖約翰學報, 23, 171-188。邱郁文, 方國定(2005), 整合知覺玩興構面擴充資訊科技接受模式 - 以入口網站?, 資訊管?展望, 7(1), 37-54。高郁婷(2006), MOD使用者滿意度與接受行為之研究, 國立中山大學傳播管理研究所未出版之碩士論文。孫培真(2000), 影響非同步網路學習系統接受度與滿意度之因素:一個以結構化理論為基礎之研究, 國立中山大學資訊管理研究所未出版之博士論文。陳順宇(2007), 結構方程模式 - Amos操作, 台北:心理出版社。許由忠(2005), 影響線上遊戲玩家接受遊戲之相關因素探討, 國立東華大學企業管理研究所未出版之碩士論文。許永豐(2006), 公部門知?管?系統的導入對使用者滿意?的影響, 義守大學資訊管?碩士班未出版之碩士論文。張育瑟(2008), 從輔助資訊獲取論網站資訊架構之研究 - 以國內外公部門農業網站為例, 世新大學資訊傳播研究所未出版之碩士論文。黃振中, 楊曉微(2005), 網路商店成功模式之探討 - 以農產品網站為例, 資訊管理展望, 7(2), 31-44。傅銘儀(2003), 網路商店品牌建立之探究 - 以美妝網站為例, 國立中山大學企業管理研究所未出版之碩士論文。廖銘珠(2007), 醫?院所資訊系統成功模式之研究, 國?東華大學企業管?學系碩士在職專班未出版之碩士論文。戴秀芳(2007), 女性消費者美妝網站之購物行為研究, 淡江大學統計學系研究所未出版之碩士論文。魏文欽(2008), 資料分析技巧結構方程模式 - AMOS LISREL SAS之應用, 台北:雙葉書廊有限公司。PayEasy.com.tw 康迅數位整合(股)公司(2008), PayEasy第250萬名會員誕生[線上資料], 來源: [http://www1.payeasy.com](http://www1.payeasy.com.tw/taiwan/newsy_payeasy/newsy/newsy_detail/2008/20080403.htm)。Yahoo!奇摩理財新聞(2008), 2008台灣線上購物規模估2430億年增逾3成[線上資料], 來源: http://tw.money.yahoo.com/news_article/adbf/d_a_081101_1_17fux[2008, December 1]。資策會FIND市場研究群(2002), 音樂、旅遊及購物中心網站是台灣網友最愛的電子商務類型網站[線上資料], 來源:

<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=2349>[2002, October 17]。資策會FIND市場研究群(2003), 電子商務網站成功必備要件以方便安全為首[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=2617>[2003, April 16]。資策會FIND市場研究群(2003), 購物網站的設計影響消費者的印象與消費意願[線上資料], 來源:
http://www.find.org.tw/0105/news/0105_news_disp.asp?news_id=2734[2003, June 26]。資策會FIND市場研究群(2003), 台灣時尚美容 / 女性類型網站分析[線上資料], 來源: <http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=2865>[2003, October 23]。二、英文部份Adler, R., Christopher, A. J. (1998). Internet community primer overview and business opportunities [Online]. Retrieved: http://www.digiplaces.com/pages/primer_00_toc.html[2004, October 2]Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. New Jersey: Prentice-Hall.Aladwani, A. M., & Palvia, P. C. (2002). Developing and validating an instrument for measuring user-perceived web quality. *Information & Management*, 39(6), 467-476.Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103, 411-423.Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(Spring), 74-94.Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.Davis, F. D. (1986). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: Theory and results, doctoral dissertation. MA: MIT Sloan School of Management Cambridge.Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111-1132.DeLone, W. H., & E. R. McLean (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60 – 95.DeLone W. H., & McLean E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information*, 19(4), 9-30.Dishaw, M. T., & Strong, D. M. (1999). Extending the technology acceptance model with task-technology fit constructs. *Information and management*, 36(1), 9-21.Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Boston: Addison Wesley.Gefen, D., Straub, D., & Boudreau, M. (2000). Structural equation modeling techniques and regression: guidelines for research practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 7(7), 1-78.Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 52-90.Igbaria, M., Parasuraman, S., & Baroudi, J. J. (1996). A motivation model of microcomputer usage. *Journal of Management Information Systems*, 13(1), 127-143.Hair, Anderson, Tatham & Black. (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall.Hair, Jr. J. F., Anderson, R. E., & Black, W. C. (1992). *Multivariate data analysis*. New York, NY: Macmillan Publishing Company.Hong, W., Thong, J. Y. L., Wong, W. M., & Tam, K. Y. (2002). Determinants of user acceptance of digital libraries: An empirical examination of individual differences and system characteristics. *Journal of Management Information Systems*, 18(3), 97-124.Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2003). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information and Management*, 41(7), 853-868.HU, L. T., & BENTLER, P. M. (1995). Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), *Structural equation modeling* (pp. 76-99). Thousand Oaks, CA: Sage.Igbaria, M., Parasuraman, S., & Baroudi, J. J. (1996). A motivation model of microcomputer usage. *Journal of Management Information Systems*, 13(1), 127-143.Kettinger, W. J., & Lee, C. C. (1997). Pragmatic perspectives on the measurement of information systems service quality. *MIS Quarterly*, 21(2), 223-240.Kim, S., & Hagtvet, K. A. (2003). The impact of misspecified item parceling on representing latent variables in covariance structure modeling: A simulation study. *Structural Equation Modeling*, 10(1), 101-27.Landrum, H., & Prybutok, V. R. (2004). A service quality and success model for the information service industry. *European Journal of Operational Research*, 56(3), 628-642.Lederer, A. L., Maupin, D. J., Sena, M. P., & Zhuang, Y. (2000). The technology acceptance model and the world wide web. *Decision Support Systems*, 29(3), 269-282.Lin, J. C. C., & Lu, H. (2000). Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site. *International Journal of Information Management*, 20(3), 197-208.Lin, C. S., & Wu, S. (2002). Exploring the impact of online service quality on portal site usage. *Proceeding of the 35th Hawaii International Conference on System Science*, 2654-2661.Liu, C., & Arnett, K. P. (2000). Exploring the factors associated with web site success in the context of electronic commerce. *Information and Management*, 38(1), 23-33.Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitudes*. New York: Archives of Psychology.Mason, R. O. (1978). Measuring information output: A communication systems approach. *Information and Management*, 1(5), 219-234.McKinney, V., Yoon, K., & Zahedi, F. M. (2002). The measurement of web-customer satisfaction: an expectation and disconfirmation approach. *Information Systems Research*, 13(3), 296-315.McDonald, R. P., & Ho, M. H. R. (2002). Principles and practice in reporting statistical equation analyses. *Psychological Methods*, 7 (1), 64-82.Moon J. W. & Y. G. Kim (2001). Extending the TAM for a world-wide-web context. *Information and Management*, 38(4), 217-230.Mulaik, S. A., James, L. R., Van Alstine, J., Bennett, N., Lind, S., & Stilwell, C. D. (1989). Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models. *Psychological Bulletin*, 105, 430-445.Myers, B. L., Kappelman, L. A., & Prybutok, V. R. (1997). A comprehensive model for assessing the quality and productivity of the information systems function: Toward a theory for information systems assessment. *Information Resources Management Journal*, 10(1), 6-25.Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2000). E-service quality: Definition, dimensions and conceptual model. Working Paper, Marketing Science Institute. Cambridge, MA.Pitt, L. F., Watson, R. T., & Kavan, C. B. (1995). Service quality: a measure of information systems effectiveness. *MIS Quarterly*, 19(2), 173-187.Plouffe, C. R., John, H., & Mark, V. (2001). Richness versus Parsimony in modeling technology adoption decisions:

understanding merchant adoption of a smart card-based payment system. *Information Systems Research*, 12 (2), 208-222.

Rabe-Hesketh, S., Skrondal, A., & Zheng, X. (2007). Multilevel structural equation modeling. In S. Y. Lee (Ed.), *Handbook of Latent Variable and Related Models* (pp. 209-227). Amsterdam: Elsevier.

Saeed, K. A., Hwang, Y., & Yi, M. Y. (2003). Toward an integrative framework for online consumer behavior research: A meta-analysis approach. *Journal of End User Computing*, 15(4), 1-26.

Seddon, P. B., & Kiew, M. Y. (1994). A Partial Test and Development of DeLone and McLean 's Model of IS Success (pp. 99-110). *Proc. Internet. Conf. InformSystems*, Vancouver, Canada.

Seddon, P. B. (1997). A respecification and extension of the DeLone and McLean model of is success. *Information Systems Research*, 8(3), 240-253.

Shannon, C. E. (1949). Communication theory of secrecy systems. *Bell System Technical Journal*, 28(4), 656-715.

Shih, H. P. (2004). An empirical study on predicting user acceptance of e-shopping on the Web. *Information & Management*, 41(3), 351-368.

Straub, D., Limayem, D., & Karahanna-Evaristo, E. (1995). Measuring system usage: Implications for IS theory testing. *Management Science*, 41(8), 1328-1342.

Szajna, B. (1994). Software evaluation and choice: predictive evaluation of the Technology Acceptance Instrument. *MIS Quarterly*, 18(3), 319-324.

Szajna, B. (1996). Empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Management Science*, 42(1), 85-92.

Teo, T. S. H., Lim, V. K. G., & Lai, R. Y. C. (1999). Intrinsic and extrinsic motivation in internet usage, omega. *The International Journal of Management Science*, 27(1), 25-37.

Teo, T. S. H. (2001). Demographic and motivation variables associated with internet usage activities. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 11(2), 125-137.

Van der Heijden, P. G. M., & Escofier, B. (2003). In: B. Escofier, *Analyse des correspondances. Multiple correspondence analysis with missing data* (pp. 152-170). *Recherches au coeur de l ' analyse des donnees*. Rennes : Presses Universitaire de Rennes – Societe Francaise de Statistique(reprint from 1988, I. R. I. S. A., Rennes, publication interne no.423.)

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451-482.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

Webster, J., Trevino, L. K., & Ryan, L. (1993). The dimensionality and correlates of flow in human-computer interactions. *Computer in Human Behavior*, 9, 411-426.

Wilkinson, G. L., Bennett, L. T., & Oliver, K. M. (1997). Evaluating criteria and indicators of quality for Internet resources. *Educational Technology*, 37(3), 52-59.

Wixom, H. B., & Todd, A. P. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85-102.

Yang, Z., Cai, S., Zhou, Z., & Zhou, N. (2005). Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of information presenting Web portals. *Information and Management*, 42(4), 575-589.