

信息与知识管理

基于物流服务的消费者在线购买后行为实证分析

杨永清,于本海

山东工商学院

摘要: 基于在线购物消费者的视角, 研究物流服务质量对其购买后行为的影响, 以探究影响消费者行为的关键物流因素。采用结构方程模型对物流服务质量各维度对购物满意度、顾客抱怨及重购意向的影响进行了检验。结果表明交付服务质量和人员服务质量对顾客购物满意度和顾客抱怨均有显著影响, 信息服务质量和规范性仅对顾客满意度具有积极作用, 而顾客满意度和抱怨分别对重购意向具有显著的正面和负面影响。

关键词: 物流服务质量 在线购买 消费者 购买后行为

Empirical Analysis of Online Consumers' Post purchase Behavior Based on Logistics Service

YANG Yongqing, YU Benhai

Shandong Institute of Business and Technology, Yantai, Shandong, China

Abstract: Based on consumer's perspective, the influences of LSQ on post purchase online behavior were empirically studied in order to clarify the key logistical factors affecting consumer's behavior. Structure Equation Model was adopted to examine the relations between each dimension of LSQ. Results show that DSQ and PSQ have significant effects on CS and CC respectively, ISQ and SN significantly affect CS only, while both CS and CC have significant effects on RPI.

Keywords: logistics service quality shopping online consumer post purchase behavior

收稿日期 2013-09-03 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

通讯作者: 杨永清(1979~), 男, 河南安阳人。山东工商学院(山东省烟台市264005)副教授。研究方向为电子商务、物流管理。

作者简介:

作者Email: yyq.name@aliyun.com

参考文献:

本刊中的类似文章

1. 厉杰, 张新安, 田澎. 途径-目的理论在顾客价值分析中的应用[J]. 管理学报, 2010,7(6): 851-
2. 王国才, 王希凤, 许景. 消费者风险感知、营销努力与复合渠道协调研究[J]. 管理学报, 2010,7(5): 692-
3. 向阳, 曹勇, 汪凤桂. 基于消费者认知度的企业社会责任行业差异性研究[J]. 管理学报, 2010,7(2): 311-
4. 戴鑫, 吴丹, 荆美星, 童诗兰. 西方绿色广告发展和研究综述[J]. 管理学报, 2009,6(5): 704-
5. 周春元, 陆娟, 吴芳, 范公广. 基于消费者决策信息的不同行业品牌联合差异研究[J]. 管理学报, 2009,6(3): 361-
6. 董大海, 杨毅. 网络环境下消费者感知价值的理论剖析[J]. 管理学报, 2008,5(6): 856-
7. 罗纪宁. 基于“心理场”的消费者气质研究——全息系统方法论在消费者行为研究中的应用[J]. 管理学报, 2007,4(6): 706-
8. 常亚平, 朱东红. 基于消费者创新性视角的网上购物意向影响因素研究[J]. 管理学报, 2007,4(6): 820-
9. 郑兵, 董大海, 金玉芳. 国外物流服务质量研究述评[J]. 管理学报, 2007,4(3): 373-

扩展功能

本文信息

- ▶ Supporting info
- ▶ PDF(1398KB)
- ▶ [HTML全文]
- ▶ 参考文献[PDF]
- ▶ 参考文献

服务与反馈

- ▶ 把本文推荐给朋友
- ▶ 加入我的书架
- ▶ 加入引用管理器
- ▶ 引用本文
- ▶ Email Alert
- ▶ 文章反馈
- ▶ 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- ▶ 物流服务质量
- ▶ 在线购买
- ▶ 消费者
- ▶ 购买后行为

本文作者相关文章

PubMed

10. 陈子林, 张子刚, 陈金菊. 基于反向物流的商品定价和退货政策研究[J]. 管理学报, 2006,3(2): 179-
11. 孙祥, 张硕阳, 尤丹蓉, 陈毅文, 王二平. B2C电子商务中消费者的风险来源与风险认知[J]. 管理学报, 2005,2(1): 45-
12. 罗纪宁. 中国式品牌消费行为细分模型——中国消费者气质与品牌选择的实证研究[J]. 管理学报, 2005,2(1): 98-
13. 戴鑫, 荆美星, 邓雪芬, 田志龙. 企业危机情境下的合法性策略及其效应研究[J]. 管理学报, 2010,7(10): 1520-
14. 范春梅, 贾建民, 李华强. 重大灾害情境下感知风险对消费者信心的影响研究[J]. 管理学报, 2012,9(6): 900-
15. 陈峻松, 符国群, 邬金涛. 诱导性信息对消费者选择的折中效应的影响[J]. 管理学报, 2011,8(3): 437-
16. 孙洪杰, 周庭锐. 选择集同异结构对消费者决策冲突的影响研究[J]. 管理学报, 2011,08(06): 898-
17. 王永贵, 姚山季, 瞿燕舞. 消费者参与创新体验的理论探索 ——对操作说明、感知复杂性、胜任感和自治感关系的实验研究[J]. 管理学报, 2011,8(7): 1004-
18. 黄缘缘, 谢恩, 张涛. 我国电子商务网站FIPs实施现状研究[J]. 管理学报, 2011,8(8): 1195-
19. 戴鑫, 程思, 戢惠. 消费者促销国际研究的特点及趋势 ——基于2001~2011年SSCI数据库的文献分析[J]. 管理学报, 2013,10(6): 925-
20. 种晓丽, 张金隆, 满青珊, 鲁耀斌. 基于消费者效用的移动服务定价策略研究[J]. 管理学报, 2011,8(12): 1823-
21. 潘煜, 朱凌, 刘丹. 低介入度产品迷惑式品牌名称的原产地认知研究 ——以瓶装水、洗发水、服装为例[J]. 管理学报, 2012,9(1): 97-
22. 王鹏, 庄贵军, 周英超. 爱国主义和民族主义对中国消费者国货意识影响的研究[J]. 管理学报, 2012,9(4): 548-
23. 赵红, 张莎. 消费者信心对顾客资产驱动因素与顾客忠诚意向关系的调节作用研究 ——以银行业为例[J]. 管理学报, 2012,9(11): 1643-
24. 谢毅, 彭泗清. 公司顾客联想的前因后果: 一项探索性研究和综合模型[J]. 管理学报, 2013,10(1): 130-
25. 李钢, 魏峰. 供应链协调中的消费者策略行为与价格保障研究[J]. 管理学报, 2013,10(2): 225-
26. 费显政, 丁奕峰. 营销互动中的消费者内疚模型研究 [J]. 管理学报, 2013,10(7): 1016-
27. 王磊, 但斌. 基于消费者选择行为的生鲜农产品保鲜和定价策略研究[J]. 管理学报, 2014,11(3): 449-

## 文章评论

反馈人	<input style="width: 95%;" type="text"/>	邮箱地址	<input style="width: 95%;" type="text"/>
反馈标题	<input style="width: 95%;" type="text"/>	验证码	<input style="width: 50%;" type="text"/> 2850