1. 论文逻辑没有问题了，但是记得给参考文献标个序号
2. 论文实证部分还是有问题，应该用你的主要研究的问题做回归，而你研究的假设里面就提到了

H1. Taobao Live successfully handles complex buying behavior because its environment allows users to familiarize with the products in more detail.

H1a: Taobao live provides more detailed information on products in general

H1b: Taobao Live provides more detailed information on products use and features

H1c: Taobao Live provides more detailed information on products quality

H1d: Taobao Live provides more detailed information on products appearance

H2. Taobao Live successfully handles dissonance reducing buying behavior via providing bigger visibility to the products.

H3. Taobao Live is influencing buying behavior, because it provides a highly interactive platform both among users and between the users and the company.

H4. Taobao Live influences buying behavior because it provides a platform, where consumers can be highly engaged with the brands and form brand loyalty.

所以我总结了一下你要研究的分别是直播中产品细节披露x1，产品外观展示x2，互动性x3，H4可以改成主播吗X4 问题里面有这个的，要不然和x3有点重

y就是你要研究的购买倾向

接下来要做回归了

首先把变量度量一下

Y就是问题14 给每个选项赋不同分值 分越高购买的倾向越大

X1=产品细节披露 应该是问卷中 10 11 12 13 几个问题，同样每个选项不同分值

因为你用了4个问题来衡量一个问题 可以平均一下 这样你就可以用一个数据来度量X1

同理可得 x2

X3

X4

控制变量：

就是说除了你要研究的因素外还有其他因素也会影响他

年龄x5

上网时x6

还有性别x7

直播购物经历

回归模型就是 y=c+a1x1+a2X2+a3X3+a4X4+b1x5+b2X6+b3X7

你要做的是整理数据

然后你把数据给我我来帮你回归

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | y | X1 | X2 | X3 | X4 | X5 | X6 | X7(男为1，女为0） | X8…… |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

度量模式一般是否的问题用0或1来统计

出现5个选项的就赋值 从程度由低到高1至5分 意愿强度越高分数越高

你明白了吗 性别和年龄是用来控制的不是用来直接回归的

到时候我给你出个回归结果 然后你就可以写一下 结果很显著 说明你的假设都得到了验证，具体分析你参照一下其他的论文 我给你找的你不一定满意

控制变量有多可以再加 然后你要写清楚哪个变量是什么