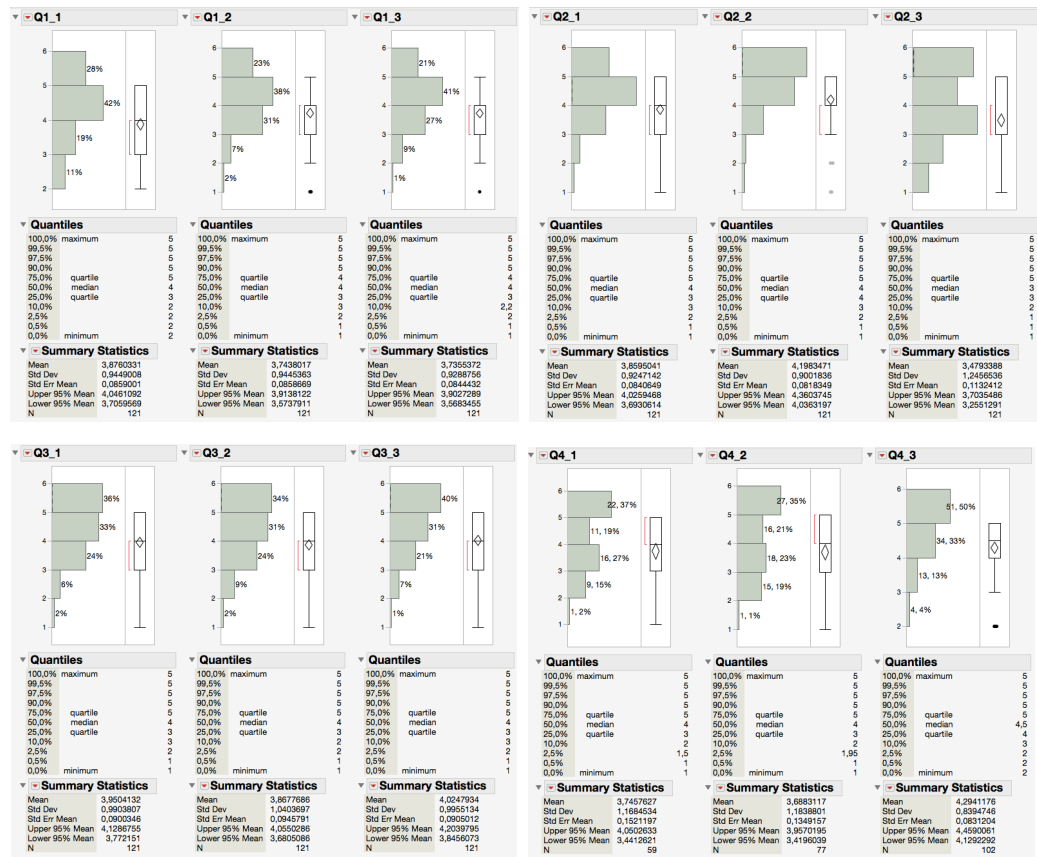


# 7.0 VEDLEGG

## Vedlegg 1: Analyser

### Vedlegg 1.1 Variablene – omdømme

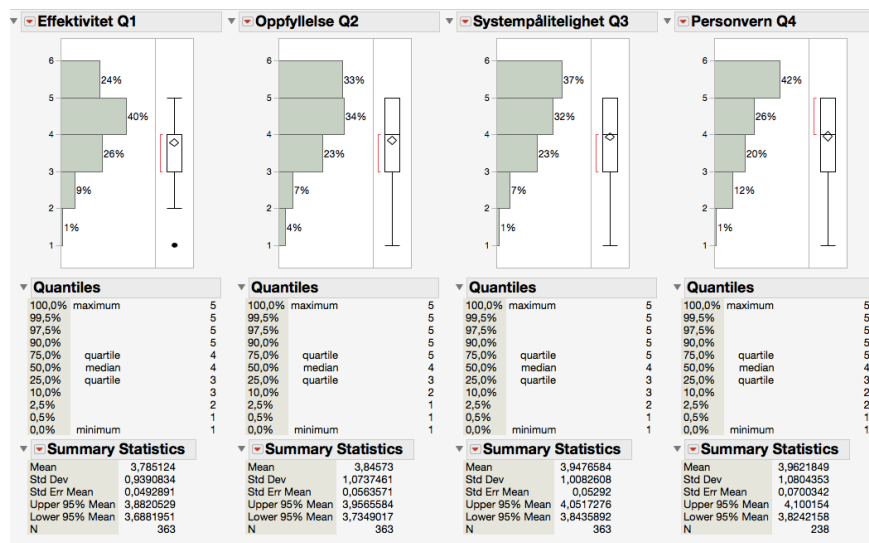


**Pairwise Correlations**

Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8	- ,6	- ,4	- ,2	0	,2	,4	,6	,8
Q2_3	Sannsynlig for reisebyrå Q13_1	-0,1354	121	-0,3065	0,0441	0,1385									

**Pairwise Correlations**

Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8	- ,6	- ,4	- ,2	0	,2	,4	,6	,8
Personvern Q4	Kundetilfredshet	0,0290	238	-0,0985	0,1556	0,6562									



## Vedlegg 1.2 Variablene – Håndtering av henvendelser



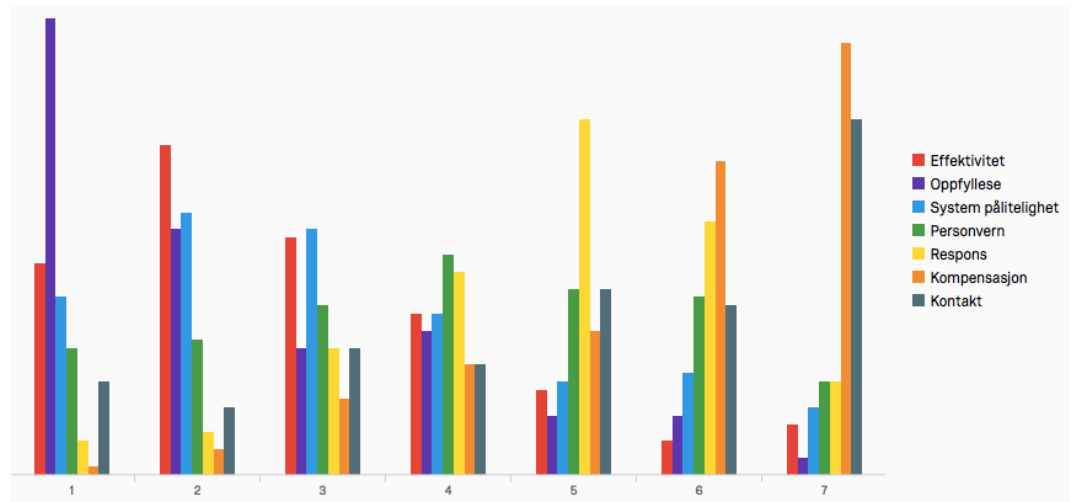
## Vedlegg 1.3 Korrelasjon

▼ Pairwise Correlations							
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8 - ,6 - ,4 - ,2 0 ,2 ,4 ,6 ,8
Oppfyllelse	Effektivitet	0,3008	121	0,1292	0,4548	0,0008*	
Systempålitelighet	Effektivitet	0,5600	121	0,4239	0,6714	<,0001*	
Systempålitelighet	Oppfyllelse	0,3637	121	0,1980	0,5091	<,0001*	
Personvern	Effektivitet	0,1951	121	0,0172	0,3611	0,0320*	
Personvern	Oppfyllelse	0,3360	121	0,1675	0,4854	0,0002*	
Personvern	Systempålitelighet	0,2252	121	0,0487	0,3881	0,0130*	
Respons	Effektivitet	0,3940	121	0,2318	0,5349	<,0001*	
Respons	Oppfyllelse	0,5353	121	0,3946	0,6516	<,0001*	
Respons	Systempålitelighet	0,5083	121	0,3628	0,6297	<,0001*	
Respons	Personvern	0,2715	121	0,0977	0,4292	0,0026*	
Kompensasjon	Effektivitet	0,3787	121	0,2147	0,5219	<,0001*	
Kompensasjon	Oppfyllelse	0,5762	121	0,4433	0,6843	<,0001*	
Kompensasjon	Systempålitelighet	0,4448	121	0,2892	0,5774	<,0001*	
Kompensasjon	Personvern	0,2284	121	0,0520	0,3909	0,0118*	
Kompensasjon	Respons	0,5892	121	0,4590	0,6946	<,0001*	
Kontakt	Effektivitet	0,4486	121	0,2936	0,5806	<,0001*	
Kontakt	Oppfyllelse	0,3849	121	0,2216	0,5272	<,0001*	
Kontakt	Systempålitelighet	0,4812	121	0,3311	0,6075	<,0001*	
Kontakt	Personvern	0,2220	121	0,0453	0,3852	0,0144*	
Kontakt	Respons	0,6406	121	0,5217	0,7350	<,0001*	
Kontakt	Kompensasjon	0,5579	121	0,4213	0,6697	<,0001*	
Q7_4	Effektivitet	-0,0932	121	-0,2672	0,0868	0,3094	
Q7_4	Oppfyllelse	-0,0082	121	-0,1864	0,1705	0,9287	
Q7_4	Systempålitelighet	-0,1362	121	-0,3072	0,0433	0,1363	
Q7_4	Personvern	-0,1774	121	-0,3449	0,0012	0,0516	
Q7_4	Respons	-0,0853	121	-0,2599	0,0946	0,3520	
Q7_4	Kompensasjon	-0,1967	121	-0,3625	-0,0189	0,0306*	
Q7_4	Kontakt	-0,2086	121	-0,3732	-0,0313	0,0217*	
Kundetilfredshet	Effektivitet	0,5556	121	0,4186	0,6678	<,0001*	
Kundetilfredshet	Oppfyllelse	0,3640	121	0,1984	0,5094	<,0001*	
Kundetilfredshet	Systempålitelighet	0,3270	121	0,1577	0,4776	0,0003*	
Kundetilfredshet	Personvern	0,3017	121	0,1302	0,4556	0,0008*	
Kundetilfredshet	Respons	0,4480	121	0,2930	0,5801	<,0001*	
Kundetilfredshet	Kompensasjon	0,3070	121	0,1359	0,4603	0,0006*	
Kundetilfredshet	Kontakt	0,4233	121	0,2649	0,5596	<,0001*	
Kundetilfredshet	Q7_4	-0,1223	121	-0,2944	0,0574	0,1814	

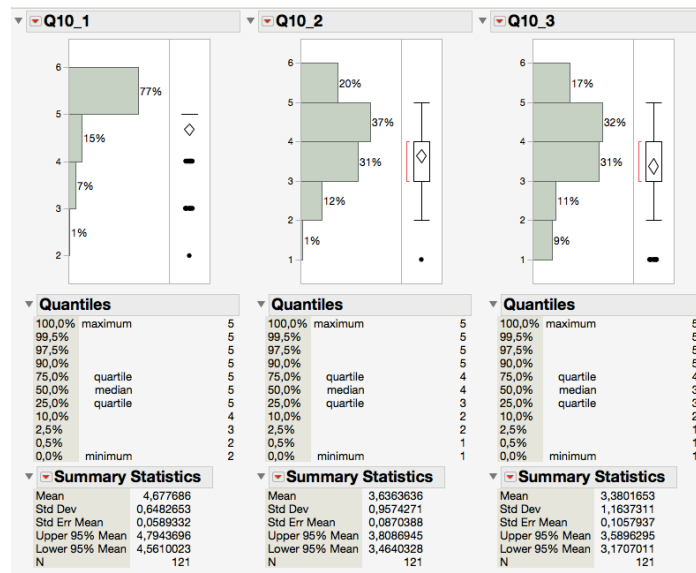
## Vedlegg 1.4 Regresjonsanalysen

▼ Summary of Fit					
RSquare		0,417287			
RSquare Adj		0,381119			
Root Mean Square Error		0,598821			
Mean of Response		3,735537			
Observations (or Sum Wgts)		121			
▼ Analysis of Variance					
Source	DF	Sum of Squares	Mean Square	F Ratio	Prob > F
Model	7	29,016960	4,14528	11,5601	
Error	113	40,520230	0,35859		<,0001*
C. Total	120	69,537190			
▼ Parameter Estimates					
Term	Estimate	Std Error	t Ratio	Prob> t	Std Beta
Intercept	1,2230092	0,339867	3,60	0,0005*	0
Effektivitet	0,4412128	0,085085	5,19	<,0001*	0,465863
Oppfyllelse	0,1211323	0,089565	1,35	0,1789	0,127933
Systempålitelighet	-0,116924	0,086568	-1,35	0,1795	-0,12851
Personvern	0,0623287	0,034969	1,78	0,0774	0,137466
Respons	0,1802998	0,092251	1,95	0,0531	0,209635
Kompensasjon	-0,087039	0,080346	-1,08	0,2810	-0,10977
Kontakt	0,0962738	0,079059	1,22	0,2259	0,123394
▼ Effect Tests					
Source	Nparm	DF	Sum of Squares	F Ratio	Prob > F
Effektivitet	1	1	9,6422784	26,8897	<,0001*
Oppfyllelse	1	1	0,6558924	1,8291	0,1789
Systempålitelighet	1	1	0,6541611	1,8243	0,1795
Personvern	1	1	1,1391927	3,1769	0,0774
Respons	1	1	1,3697410	3,8198	0,0531
Kompensasjon	1	1	0,4208163	1,1735	0,2810
Kontakt	1	1	0,5317538	1,4829	0,2259

## Vedlegg 1.5 Rangering



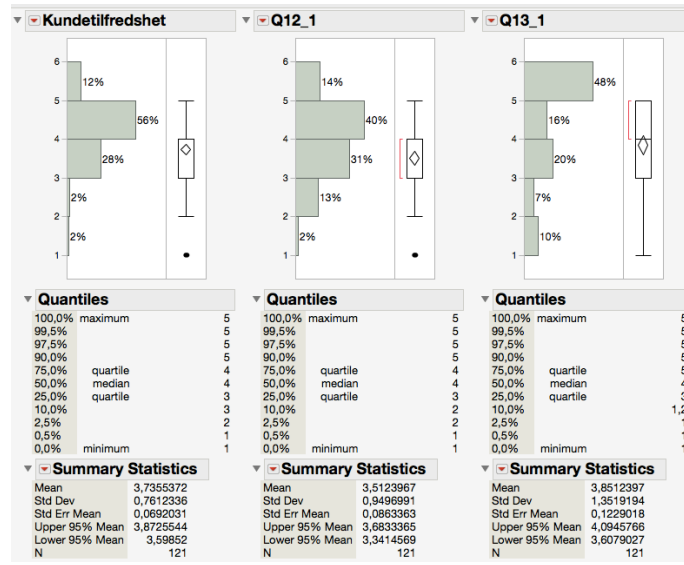
## Vedlegg 1.6 Reisebyrå



Pairwise Correlations							
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	
Q13_1	Q10_2	0,0866	121	-0,0933	0,2611	0,3448	

Least Squares Means Table				Least Squares Means Table				Least Squares Means Table			
Level	Sq Mean	Std Error	Mean	Level	Sq Mean	Std Error	Mean	Level	Sq Mean	Std Error	Mean
2	5,6485459	1,3852178	5,00000	1	4,9936474	1,4098757	5,00000	1	4,4779020	0,6104196	3,90909
3	4,4868410	0,5293751	4,22222	2	4,6351661	0,5025847	4,14286	2	4,8849666	0,56324917	4,15385
4	3,7934471	0,4148468	3,88889	3	4,0161945	0,4216351	3,62162	3	4,5116936	0,50850823	3,81081
5	4,1716061	0,2982725	3,89247	4	3,9752403	0,3949027	3,55556	4	4,3245542	0,51277548	3,69231
				5	5,0053019	0,4699800	4,54167	5	4,4264339	0,49932940	4,00000

## Vedlegg 1.7 Kundetilfredshet



Pairwise Correlations						
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob
Q19	Q12_1	0,0955	121	-0,0845	0,2694	0,2976

## Vedlegg 1.8 Demografisk informasjon

### Kjønn

		Q13_1					
		1	2	3	4	5	Total
Q15	Count	7	5	16	7	29	64
	Total %	5,79	4,13	13,22	5,79	23,97	52,89
	Col %	58,33	62,50	66,67	36,84	50,00	
	Row %	10,94	7,81	25,00	10,94	45,31	
	0						
1	Count	5	3	8	12	29	57
	Total %	4,13	2,48	6,61	9,92	23,97	47,11
	Col %	41,67	37,50	33,33	63,16	50,00	
	Row %	8,77	5,26	14,04	21,05	50,88	
Total	12	8	24	19	58	121	
	9,92	6,61	19,83	15,70	47,93		

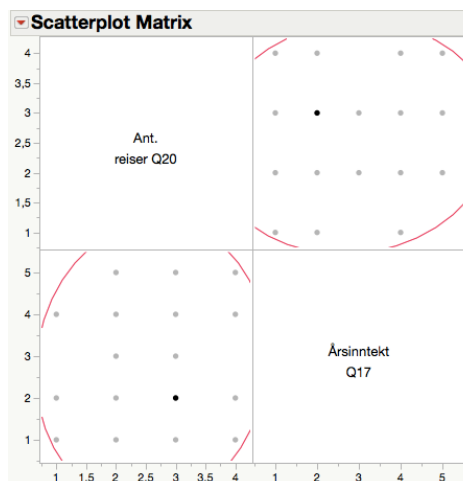
Pairwise Correlations						
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob
Kjønn	Q15 Ant. kjøp	0,0003	121	-0,1782	0,1788	0,9972

Pairwise Correlations						
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob
Q13_1	Q15	0,1043	121	-0,0756	0,2776	0,2550

Pairwise Correlations						
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob
Q19	Q15	0,0003	121	-0,1782	0,1788	0,9972

## Årsinntekt

		Alder Q16			
		18-35	36-50	Over 50	Total
Årsinntekt Q17	Count				
	Total %				
	Col %				
	Row %				
	A: Mindre enn 100.000	22	1	0	23
		18,18	0,83	0,00	19,01
		21,15	14,29	0,00	
		95,65	4,35	0,00	
	B: 100.000 - 249.999	40	0	1	41
		33,06	0,00	0,83	33,88
		38,46	0,00	10,00	
		97,56	0,00	2,44	
	C: 250.000 - 349.999	9	0	1	10
		7,44	0,00	0,83	8,26
		8,65	0,00	10,00	
		90,00	0,00	10,00	
	D: 350.000 - 500.000	23	3	2	28
	19,01	2,48	1,65	23,14	
	22,12	42,86	20,00		
	82,14	10,71	7,14		
E: 500.000 eller mer	10	3	6	19	
	8,26	2,48	4,96	15,70	
	9,62	42,86	60,00		
	52,63	15,79	31,58		
Total	104	7	10	121	
	85,95	5,79	8,26		



## Pairwise Correlations

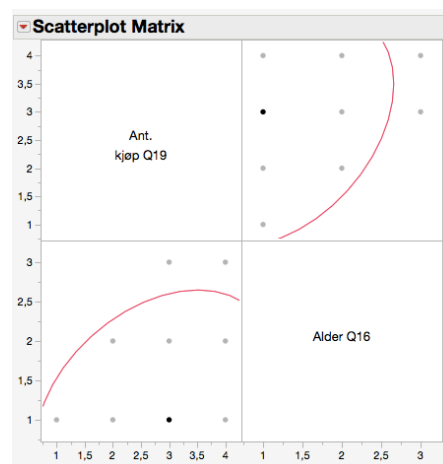
Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	-,8	-,6	-,4	-,2	0	,2	,4	,6	,8
Årsinntekt Q17	Ant. reiser Q20	0,0628	121	-0,1170	0,2386	0,4940									

## Arbeidsstatus

		Q18					
		Arbeids- edig	Deltids- obb	Fulltids- obb	Ikke arbeids- f	Pensjon ert	Total
Kundetilfredshet	1	0	0	2	0	0	2
		0,00	0,00	1,65	0,00	0,00	1,65
		0,00	0,00	3,92	0,00	0,00	
		0,00	0,00	100,00	0,00	0,00	
	2	0	0	2	1	0	3
		0,00	0,00	1,65	0,83	0,00	2,48
		0,00	0,00	3,92	50,00	0,00	
		0,00	0,00	66,67	33,33	0,00	
	3	2	18	14	0	0	34
		1,65	14,88	11,57	0,00	0,00	28,10
		25,00	30,51	27,45	0,00	0,00	
		5,88	52,94	41,18	0,00	0,00	
	4	6	32	28	1	1	68
		4,96	26,45	23,14	0,83	0,83	56,20
		75,00	54,24	54,90	50,00	100,00	
		8,82	47,06	41,18	1,47	1,47	
	5	0	9	5	0	0	14
	0,00	7,44	4,13	0,00	0,00	11,57	
	0,00	15,25	9,80	0,00	0,00		
	0,00	64,29	35,71	0,00	0,00		
Total	8	59	51	2	1	121	
	6,61	48,76	42,15	1,65	0,83		

## Antall kjøp på internett

		Ant. kjøp Q19				
		A: 1 eller fler ganger i uka	B: 2-4 ganger i måne- den	C: 2-4 ganger i halvåret	D: 2 eller flere ganger i året	Total
Alder Q16	18-35	7 5,79 100,00 6,73	42 34,71 93,33 40,38	40 33,06 90,91 38,46	15 12,40 60,00 14,42	104 85,95
	36-50	0 0,00 0,00 0,00	3 2,48 6,67 42,86	2 1,65 4,55 28,57	2 1,65 8,00 28,57	7 5,79
	Over 50	0 0,00 0,00 0,00	0 0,00 0,00 0,00	2 1,65 4,55 20,00	8 6,61 32,00 80,00	10 8,26
	Total	7 5,79	45 37,19	44 36,36	25 20,66	121



### Pairwise Correlations

Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8	- ,6	- ,4	- ,2	0	,2	,4	,6	,8
Alder Q16	Ant. kjøp Q19	0,3752	121	0,2108	0,5189	<,0001*									

## Antall reiser

### Pairwise Correlations

Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8	- ,6	- ,4	- ,2	0	,2	,4	,6	,8
Ant. reiser Q20	tilfredshet m/reisebyrået Q11_1	0,1294	121	-0,0502	0,3010	0,1571									

### Pairwise Correlations

Variable	by Variable	Correlation	Count	Lower 95%	Upper 95%	Signif Prob	- ,8	- ,6	- ,4	- ,2	0	,2	,4	,6	,8
Ant. reiser Q20	Sannsynlig for reisebyrå Q13_1	0,1989	121	0,0211	0,3644	0,0288*									

		Alder Q16			
		18-35	36-50	Over 50	Total
		Count			
		Total %			
		Col %			
		Row %			
Ant. reiser Q20	A: Mindre enn 1 gang i året	4 3,31 3,85 80,00	1 0,83 14,29 20,00	0 0,00 0,00	5 4,13
	B: 1 - 2 ganger i året	49 40,50 47,12 84,48	3 2,48 42,86 5,17	6 4,96 60,00 10,34	58 47,93
	C: 3 - 5 ganger i året	35 28,93 33,65 87,50	3 2,48 42,86 7,50	2 1,65 20,00 5,00	40 33,06
	D: Mer enn 5 ganger i året	16 13,22 15,38 88,89	0 0,00 0,00	2 1,65 20,00 11,11	18 14,88
	Total	104 85,95	7 5,79	10 8,26	121



## Vedlegg 2: Spørreundersøkelse

### SPØRREUNDERSØKELSE

**Dette er en anonym spørreundersøkelse og svarene vil kun brukes i forbindelse med min bacheloroppgave. Spørreundersøkelsen består av 3 deler og tar ca 3 minutter.**

**Merknad:** Forestill deg sist reise du bestilte på internett når du besvarer spørsmålene nedenfor

#### Q1: Effektivitet

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
1. Informasjonen var kortfattet, presist og oppdatert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Det var enkelt å navigere rundt på siden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Nettsiden hadde god struktur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Q2: Oppfyllelse

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
4. Varen ble opplevd nøyaktig slik som forventet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Riktig vare ble levert til avtalt tidspunkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Nettsiden tillot reservasjonsendringer og kanselleringer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Q3: Systempålitelighet

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
7. Nettsiden hadde velfungerende linker og viderekobler til riktig side uten problemer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Sidene lastet ned raskt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Nettsiden hang seg ikke opp når jeg har lagt inn ordenen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Q4: Personvern

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5	Vet ikke
10. Nettsiden beskytter informasjon om min kjøpshistorikk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Jeg føler at mine personopplysninger er godt vernet om	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Jeg opplever at sikkerheten ved betalingen er høy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



---

**Q5: Respons**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
13. Nettsiden tar seg av hendelser omgående	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Nettsiden har god rutine på håndtering av endringer og kanselleringer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Nettsiden gir meg tilbud med relevante alternativer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q6: Kompensasjon**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
16. Endringer som oppstår blir løst på en profesjonell måte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17. Kompenserer meg for problemer som ikke ble utført som lovet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18. Jeg opplever at valgmulighetene (betalingsmåter, rådgivningsmuligheter, endring- og kanselleringsmuligheter) ved kjøp er tilfredsstillende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q7: Kontakt**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
19. Kunds-service er tilgjengelig når jeg har bruk for det	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20. Jeg får god hjelp fra nettbutikken (via epost, chat o.l.) når det trengs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21. Nettsiden tilbyr menneskelig kontakt og interaksjon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q7: Menneskelig kontakt**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
22. Jeg savnet menneskelig kontakt og interaksjon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q8: 23. Ranger i den rekkefølgen du mener er viktigst ved kjøp av reiser gjennom et reisebyrå på nett (se tidligere spørsmål for beskrivelse av faktorene)**

- Under kan du dra i ordene for å bytte rekkefølge

Effektivitet

---

Oppfyllelse

---

System pålitelighet

---

Personvern

---

Respons

---

Kompensasjon

---

Kontakt

---

---

**Q9: Kommentarer til spørsmålene ovenfor****Q10: REISEBYRÅ**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander der 1 = svært uenig og 5 = svært enig

	1	2	3	4	5
24. Internett har gjort det enklere for reisende å finne og kjøpe reiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
25. Reisebyråer reduserer usikkerheten til reisen, da de er ansvarlige for alle oppleggene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
26. Det er mer praktisk å finne informasjon på nettsidene til reisebyråer, enn å lete selv på internett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q11: KUNDETILFREDSHET**

1 = svært misfornøyd og 5 = svært fornøyd

	1	2	3	4	5
27. Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med produktet og kundeservicen fra reisebyrået?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

@

**Q12:**

1 = i **liten** grad og 5 = i **stor** grad

	1	2	3	4	5
28. I hvor stor grad opplever du å ha kontroll over kjøpsprosessen og personlig opplysninger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q13:** 29. Forestill deg en fysisk butikk der du har mulighet for menneskelig kontakt, og som tilbyr det samme som et nettbasert reisebyrå.

1 = svært sannsynlig og 5 = svært usannsynlig

	1	2	3	4	5
29. Hvor stor sannsynlig er det for at du velger å bruke et nettbasert reisebyrå fremfor en butikk neste gang du skal bestille reiser?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Q14:** Hvis du var misfornøyd – hva var du misfornøyd med?

**Q15: 30. Kjønn**

- Kvinne  
 Mann

---

**Q16: 31. Alder**

- Under 18
- 18-35
- 36-50
- Over 50

**Q17: 32. Årsinntekt**

- Mindre enn 100.000
- 100.000 - 249.999
- 250.000 - 349.999
- 350.000 - 500.000
- 500.000 eller mer

**Q18: 33. Arbeidsstatus**

- Fulltidsjobb
- Deltidsjobb
- Arbeidsledig
- Pensjonert
- Ikke arbeidsfør

**Q19: 34. Hvor ofte kjøper du et produkt eller tjeneste på internett?**

- 1 eller fler ganger i uka
- 2-4 ganger i måneden
- 2-4 ganger i halvåret
- 2 eller flere ganger i året

**Q20: 35. Hvor ofte reiser du?**

- Mindre enn 1 gang i året
- 1 - 2 ganger i året
- 3 - 5 ganger i året
- Mer enn 5 ganger i året