

<미디어 통계 Assignment12>

15조

201221085 미디어학부 정하늬 201521042 소셜미디어 손민정
201621060 소셜미디어 김명수 (강민재 학생은 휴학입니다.)

<관심사>

“사람들이 게임을 할 때 왜 유료 아이템을 구매하는지” (유료 아이템 구매에 영향을 미치는 요인)

<각 가설의 분석할 데이터, 데이터 얻는 법, 변인, 측정방법>

1. t-test

가설 : 자기표현 욕구가 강한 사람과 그렇지 않은 사람 사이에는 유료 아이템 구매수치에 차이가 있을 것이다.

분석할 데이터

게임을 하는 사람들 중 자기표현 욕구가 강한 사람인지 아닌지 유무, 유료 아이템 구매수치

데이터 얻는 법

이상적인 상황에서 데이터를 얻는 방법은 **모집단인 게임을 하는 사람들** 중에서 자기표현의 욕구가 강한 사람/그렇지 않은 사람을 두 종류로 나눠서 **모두** 조사하여 유료 아이템 구매수치를 분석 하는 것입니다.(enumeration)

하지만 이런 모집단 전체를 다 조사할 수는 없으므로 조사 대상인 Population에서 일정 대상을 선출하여 Sampling하여 조사하는 방법을 **차선택**으로 할 수 있습니다. ex)자의적 샘플링

즉 차선택은 아래와 같습니다.

게임을 하는 사람들 중 자기표현 욕구가 강한 사람인지 아닌지 유무 : 게임을 하는 사람들 중 자기표현 욕구가 강한 사람인지 아닌지 설문을 받아서(장소는 어디든지) 확인합니다.

유료 아이템 구매 수치 : 그리고 마찬가지로 설문을 통해 유료 아이템 구매 수치 데이터를 얻습니다.

(단 이때 게임을 하는 사람들 무작위 n명에게 설문조사를 통해 데이터를 얻지만, 두 집단의 어느 정도 신뢰성 있는 비교를 하기 위하여 자기표현 욕구가 강한 집단과 그렇지 않은 집단의 데이터 수를 동등하게 하여 비교 합니다.)

변인의 종류

독립 변인 : 자기표현 욕구가 강한 사람/아닌 사람 유무

종속 변인 : 유료 아이템 구매 수치

통제 변인 : 게임을 하는 사람으로 통제

측정방법 : 설문 서베이 설계

〈설문 1〉 당신은 게임을 하십니까?

1. YES 2. NO

〈설문 2〉 게임을 한다면 당신은 자기표현 욕구가 강하다고 생각하십니까?

1. YES 2. NO

〈설문 2〉 당신은 유료 아이템을 얼마나 구매해 보셨습니까?

1. 0번 2. 1~5회 3. 6~10회 4. 11회 이상

2. f-test

가설 : 사용자의 아이템의 이용 동기에 따라 유료 아이템 구매수치에 차이가 있을 것이다.

분석할 데이터

게임을 하는 사람들 중 이들이 게임을 하는 동기, 유료 아이템 구매수치

데이터 얻는 법

이상적인 상황에서 데이터를 얻는 방법은 **모집단인 게임을 하는 사람들** 전원에게서 이들이 게임을 하는 동기(게임을 하는 목적)를 **모두** 조사하여 유료 아이템 구매 수치를 분석 하는 것입니다. (enumeration)

하지만 이런 모집단 전체를 다 조사할 수는 없으므로 조사 대상인 Population에서 일정 대상을 선출하여 Sampling하여 조사하는 방법을 **차선택**으로 할 수 있습니다. ex)자의적 샘플링

즉 차선택은 아래와 같습니다.

게임을 하는 사람들의 게임을 하는 동기(목적) : 게임을 하는 사람들 중 게임을 왜 하는지 (게임을 하는 동기가 무엇인지)를 확인합니다.

유료 아이템 구매 수치 : 그리고 마찬가지로 설문을 통해 유료 아이템 구매 수치 데이터를 얻습니다.

(단 이때 게임을 하는 사람들 무작위 n명에게 설문조사를 통해 데이터를 얻지만, 각 집단의 어느 정도 신뢰성 있는 비교를 하기 위하여 집단 간의 데이터 수를 동등하게 하여 비교 합니다.)

변인의 종류

독립 변인 : 게임을 하는 동기(목적)

종속 변인 : 유료 아이템 구매 수치

통제 변인 : 게임을 하는 사람으로 통제

측정방법 : 설문 서베이 설계

〈설문 1〉 당신은 게임을 하십니까?

1. YES 2. NO

〈설문 2〉 게임을 한다면 당신이 게임을 하는 동기는 무엇입니까?

1. 성취감을 위해 2. 대전에서의 승리를 위해 3. 재미를 위해 4. 자기표현의 수단(만족감)
5. 소통의 목적

〈설문 3〉 당신은 유료 아이템을 얼마나 구매해 보셨습니까?

1. 0번 2. 1~5회 3. 6~10회 4. 11회 이상

3. Factorial Anova

가설 : 현실적-이상적 자기의 일치도와 자기표현(꾸미기) 또는 둘의 상호작용에 따라 소비자의 유료 아이템 구매 수치에 영향을 미칠 것이다.

분석할 데이터

현실과 이상의 자기 일치도와 자기표현의 정도(혹은 둘의 상호작용)

데이터 얻는 법

이상적인 상황에서 데이터를 얻는 방법은 **모집단인 게임을 하는 사람들** 전원에게서 이들의 현실과 이상 사이의 자기 일치도와 자기표현의 정도(혹은 둘의 상호작용)를 **모두** 조사하여 유료 아이템 구매 수치를 분석 하는 것입니다.(enumeration)

하지만 이런 모집단 전체를 다 조사할 수는 없으므로 조사 대상인 Population에서 일정 대상을 선출하여 Sampling하여 조사하는 방법을 **차선택**으로 할 수 있습니다. ex)자의적 샘플링

즉 차선택은 아래와 같습니다.

게임을 하는 사람들의 현실과 이상 사이의 자기 일치도 : 게임을 하는 사람들의 현실과 이상 사이의 자기 일치도와 자기표현의 정도(혹은 상호작용)가 얼마나 되는지 확인합니다.

유료 아이템 구매 수치 : 그리고 마찬가지로 설문을 통해 유료 아이템 구매 수치 데이터를 얻습니다.

(즉 게임을 하는 사람들 무작위 n명에게 설문조사를 통해 데이터를 얻습니다. 마찬가지로 위와 같이 각 그룹 간 데이터 수는 동일하게 하여 조사합니다.)

변인의 종류

독립 변인 : 현실과 이상 사이의 자기 일치도와 자기표현의 정도(혹은 상호작용)

종속 변인 : 유료 아이템 구매 수치

통제 변인 : 게임을 하는 사람으로 통제

측정방법 : 설문 서베이 설계

<설문 1> 당신은 게임을 하십니까?

1. YES 2. NO

<설문 2> 게임을 한다면 당신은 현실과 게임 속의 자신이 비슷하다고 보십니까?

1. YES 2. NO

<설문 3> 게임을 한다면 당신은 자기표현 욕구가 강하다고 생각하십니까?

1. YES 2. NO

<설문 4> 당신은 유료 아이템을 얼마나 구매해 보셨습니까?

1. 0번 2. 1~5회 3. 6~10회 4. 11회 이상

4. Regression

가설 : 게임의 재미정도(측정 수준 : 수치로 표현 가능하므로)와 유료 아이템 구매수치에 상관관계가 있을 것이다.

분석할 데이터

게임을 하는 사람들 중 이들이 게임에 대해 느끼는 재미정도, 유료 아이템 구매수치

데이터 얻는 법

이상적인 상황에서 데이터를 얻는 방법은 **모집단인 게임을 하는 사람들** 중에서 이들의 게임에 대해 느끼는 재미 정도를 **모두** 조사하여 유료 아이템 구매 수치를 분석 하는 것입니다. (**enumeration**)

하지만 이런 모집단 전체를 다 조사할 수는 없으므로 조사 대상인 Population에서 일정 대상을 선출하여 Sampling하여 조사하는 방법을 **차선택**으로 할 수 있습니다. ex)자의적 샘플링

즉 차선택은 아래와 같습니다.

게임을 하는 사람들 중 게임에 대해 느끼는 재미 정도 : 게임을 하는 사람들 중 게임에 대해 느끼는 재미 정도를 설문을 받아서(장소는 어디든지) 확인합니다.

유료 아이템 구매 수치 : 그리고 마찬가지로 설문을 통해 유료 아이템 구매 수치 데이터를 얻습니다.

(즉 게임을 하는 사람들 무작위 n명에게 설문조사를 통해 데이터를 얻습니다.)

변인의 종류

독립 변인 : 게임의 재미정도(사용자가 느끼는)

종속 변인 : 유료 아이템 구매 수치

통제 변인 : 게임을 하는 사람으로 통제

측정방법 : 설문 서베이 설계

<설문 1> 당신은 게임을 하십니까?

1. YES 2. NO

<설문 2> 게임을 한다면 당신이 느끼는 게임의 재미정도(1~5의 수치로 할 경우)는 어느 정도입니까?

1. 1 2. 2 3. 3 4. 4 5. 5

<설문 3> 당신은 유료 아이템을 얼마나 구매해 보셨습니까?

1. 0번 2. 1~5회 3. 6~10회 4. 11회 이상

5. Multiple regression

가설 : 게임 이용 빈도 수치(예를 들면 일주일에 며칠 하는지), 게임 이용기간 수치(예를 들면 게임을 한 달만 이용한 사람, 1년 이상 이용한 사람)와 유료 아이템 구매 수치에 상관관계가 있을 것이다.

분석할 데이터

게임을 하는 사람들의 게임 이용 빈도 수치(예를 들면 일주일에 며칠 하는지), 게임 이용기간 수치(예를 들면 게임을 한 달만 이용한 사람, 1년 이상 이용한 사람), 유료 아이템 구매 수치

데이터 얻는 법

이상적인 상황에서 데이터를 얻는 방법은 **모집단인 게임을 하는 사람들** 중에서 이들의 게임 이용 빈도 수치, 게임 이용기간 수치를 **모두** 조사하여 유료 아이템 구매 수치를 분석 하는 것입니다.(enumeration)

하지만 이런 모집단 전체를 다 조사할 수는 없으므로 조사 대상인 Population에서 일정 대상을 선출하여 Sampling하여 조사하는 방법을 **차선택**으로 할 수 있습니다. ex)자의적 샘플링

즉 차선택은 아래와 같습니다.

게임을 하는 사람들의 게임 이용 빈도 수치 : 게임을 하는 사람들 중 일주일에 게임을 며칠 하는지 설문을 받아서(장소는 어디든지) 확인합니다.

게임을 하는 사람들의 게임 이용기간 수치 : 게임을 하는 사람들 중 게임을 얼마동안 이용

해 왔는지 설문을 받아서(장소는 어디든지) 확인합니다.

유료 아이템 구매 수치 : 그리고 마찬가지로 설문을 통해 유료 아이템 구매 수치 데이터를 얻습니다.

(즉 게임을 하는 사람들 무작위 n명에게 설문조사를 통해 데이터를 얻습니다.)

변인의 종류

독립 변인 : 게임 이용 빈도 수치, 게임 이용 기간 수치

종속 변인 : 유료 아이템 구매 수치

통제 변인 : 게임을 하는 사람으로 통제

측정방법 : 설문 서베이 설계

〈설문 1〉 당신은 게임을 하십니까?

1. YES 2. NO

〈설문 2〉 게임을 한다면 일주일에 며칠 하십니까?

1. 0일 2. 1~2일 3. 3~4일 4. 5~6일 5. 7일

〈설문 3〉 게임을 한다면 얼마동안 이용하셨습니까?

1. 30일 미만 2. 30일~3개월 미만 3. 3개월~6개월 미만 4. 6개월~1년 미만 5. 1년 이상

〈설문 4〉 당신은 유료 아이템을 얼마나 구매해 보셨습니까?

1. 0번 2. 1~5회 3. 6~10회 4. 11회 이상

감사합니다