

## عنوان مقاله:

رابطه بازاریابی اینترنتی با رفتار خرید مشتریان

## محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

میلاذ نوروزی - دانشگاه تبریز، مدیریت بازرگانی، دانشجوی کارشناسی ارشد

## خلاصه مقاله:

با اینکه تحقیقات متعددی در خصوص رابطه بازاریابی اینترنتی با رفتار خرید مشتریان در خارج از کشور صورت گرفته ولی در داخل کشور مدل های کمی در این ارتباط ارائه شده است. بدیهی است که بررسی رابطه بازاریابی اینترنتی با رفتار خرید مشتریان می تواند به شناسایی دلایل احتمالی عدم استقبال آنان از این شیوه خرید کمک نماید. هدف از پژوهش حاضر بررسی ارتباط بازاریابی اینترنتی با رفتار خرید مشتریان پیش بینی رفتار خرید مشتریان می باشد. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه آماری شامل مشتریان کلیه دانشجویان دانشگاه آزاد کرج می باشد. نمونه ای به حجم 255 دانشجو از طریق نمونه گیری تصادفی انتخاب شد. مطالعه حاضر بر اساس مدل اولیه هاکيو و همکاران در سال 2009 انتخاب شده و پس از بررسی تحقیقات مختلف مرتبط با تحقیق حاضر، مدل ذکر شده تغییر یافت و عوامل قیمت و سهولت خرید به آن اضافه گردید. برای تجزیه و تحلیل از نرم افزارهای اس پی اس اس، با نسخه 22 استفاده شد. یافته ها نشان داد نتایج آزمون ها بیان داشت که متغیرهای قیمت، امنیت و اعتماد، محیط بازاریابی اینترنتی، ویژگی محصول و سهولت خرید و پیشنهادات ارتقایی بر روی رفتار خرید مشتریان در اینترنت تاثیر معناداری داشته است.

## کلمات کلیدی:

رفتار خرید، بازاریابی اینترنتی، اینترنت.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1044771>

