

عنوان مقاله:

بررسی تأثیر عوامل محصول و عوامل تمایلی مشتری بر نگرش و قصد خرید (مورد مطالعه: مشتریان فروشگاه آنلاین دیجی کالا)

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی تحقیقات بین رشته ای در مدیریت، حسابداری و اقتصاد در ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

حسن قربانی دینانی - عضو هیئت علمی و استادیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی مبارکه

مریم رشیدی نیا - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی عوامل تمایلی مشتری و عوامل محصول بر نگرش و قصد خرید مشتری در میان مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا پرداخت. جامعه آماری تحقیق مشتریان فروشگاه آنلاین دیجی کالا در شهر اصفهان بودند که با توجه به نامحدود و نامشخص بودن تعداد آنان، حجم نمونه 384 نفر برآورد گردید. روش نمونه گیری برای پژوهش، غیرتصادفی در دسترس بود. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود که پایایی و روایی آن با آزمونهای مرتبط مورد تأیید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها، از آزمون مدل معادلات ساختاری از طریق نرم افزار پی ال اس استفاده شد. نتایج تحقیق حاکی از تأثیر معنادار عوامل مرتبط با محصول (مثل دانش محصول) و عوامل تمایلی مشتری (آشنایی مشتریان، مشارکت درک شده، ریسک درک شده و مزایایی درک شده) بر نگرش مشتری و تأثیر مثبت و معنادار نگرش مشتری بر قصد خرید بود.

کلمات کلیدی:

عوامل محصول، عوامل تمایلی، نگرش مشتری، قصد خرید.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1157868>

