

عنوان مقاله:

عوامل موثر در تبلیغات بازاریابی جهت رفتار و قصد خرید مصرف کننده (موردی لوازم الکترونیکی)

محل انتشار:

بیستمین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در علوم و فناوری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

محمد علی پور - گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی صفاشهر، فارس، ایران

سامان فروتنی - هیات علمی گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی صفاشهر، فارس، ایران

خلاصه مقاله:

تبلیغات یکی از اجزای برجسته ترکیب تبلیغاتی است. این مورد برای ترغیب مخاطب هدف برای انجام برخی اقدامات در مورد محصولات یا خدماتی که تبلیغ کنندگان ارائه می دهند، استفاده می شود. تبلیغات وسیله ای برای ایجاد آگاهی در مورد محصولات یا خدمات در بین مصرف کنندگان است که به نوبه خود شکل می گیرد و نگرش آنها را تحت تاثیر قرار می دهد. نگرش را می توان به عنوان "تاثیر" نسبت به نام تجاری در نظر گرفت. در این پژوهش اطلاعات کاملی از تبلیغات و چگونگی تاثیر آن بر رفتار خرید مصرف کنندگان ارائه شده است. هدف این مطالعه تاثیر بازاریابی بر خرید آنلاین مشتریان و عوامل تاثیر گذار آن را بررسی شده است که در این پژوهش داده ها از طریق پرسش نامه جمع آوری شده است. علاوه بر این، در پژوهش حاضر، به منابع ثانویه داده نیز از جمله از مجلات، کتاب ها، مقالات، جستجوها، پایان نامه های منتشر شده، مقالات، روزنامه های خبری و وب سایت های مختلف برای مراجعه بهتر اشاره شده است. در پژوهش حاضر از آزمون های آماری مختلفی همچون تحلیل عاملی اکتشافی (EFA)، آلفای کرونباخ، تحلیل عاملی تایید کننده (CFA)، روایی تمایز روایی همگرا برای سنجش روایی و روایی پرسشنامه استفاده شده و علاوه بر این، برای تحقق چهار فرض اساسی مدل سازی معادلات ساختاری (SEM)، نرمال بودن داده ها با استفاده نظریه احتمالات چولگی بررسی شده، خطی بودن با استفاده از آزمون برآورد منحنی، چند متغیره با استفاده از ضریب تورم واریانس بررسی و برای آزمون فرضیه های اندازه گیری تاثیر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته، از AMOS برای محاسبه برآورد مسیر با استفاده از روش تخمین روش حداکثر احتمال و استفاده از رگرسیون چندگانه استفاده شده. در حالیکه؛ برای اندازه گیری اختلاف معنی داری بین متغیرهای جمعیت شناختی، از آزمون T و ANOVA یک طرفه استفاده شده است.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، تاثیر برند، نگرش مصرف کنندگان، مدل سازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1412284>

