

عنوان مقاله:

ارتباط استراتژی های بازاریابی و اعتماد مصرف کننده در رفتار خرید آنلاین (مورد مطالعه: کاربران خرده فروشی آنلاین لوازم ورزشی دکاتلون)

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی علوم ورزشی، تربیت بدنی و سلامت اجتماعی (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حسین کیانی اشترجانی - دانشجوی ارشد رشته مدیریت بازاریابی ورزشی دانشگاه پیام نور کرج

حسین پورسلطانی - دانشیار مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر ارتباط استراتژی های بازاریابی و اعتماد مصرف کننده در رفتار خرید آنلاین (مورد مطالعه: کاربران خردهفروشی آنلاین لوازم ورزشی دکاتلون) بود که تحقیق حاضر از نظر هدف پژوهش، کاربردی و از نظر چگونگی جمع آوری داده ها تو صیفی - همبستگی به شمار می آید که به شکل میدانی انجام گرفته است. جامعه این پژوهش شامل تمام مشتریان خردهفروشی آنلاین دکاتلون در ایران بود که با استفاده از روش تعیین حجم نمونه جدول مورگان تعداد ۳۸۰ نفر و به صورت نمونهگیری غیر تصادفی و از نوع سهمیه ای بصورت آنلاین از مشتریان بصورت دسترس بعنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه استراتژی های بازاریابی توسط گلشاهی ۱۳۹۴، پرسشنامه اعتماد مصرف کننده رامان و همکاران ۲۰۱۲ و پرسشنامه رفتار خرید مشتریان آنلاین افریم توربان و همکاران ۲۰۰۸ بود که برای بررسی نرمالیتی داده ها از روش چولگی-ک شیدگی استفاده شده پس از آن به منظور پاسخگویی بررسی فر ضیه های تحقیق از روش الگوی معادلات ساختاری از نرم افزار Smart PLS-۳ استفاده شد. یافته ها نشان داد که استراتژی های بازاریابی و اعتماد مصرف کننده بر رفتار خرید آنلاین تاثیر مثبت و معناداری دارند. $\text{sig} < 0/05$ بنابراین در جهت افزایش فروش و تهییج قصد خرید آنلاین مشتریان کالاهای ورزشی آنلاین نیاز است که فروشگاه های ورزشی اینترنتی از استراتژی های متنوع برای همه طیف های مشتریان و همچنین شیوه های اعتماد سازی در خرید بهره ببرند

کلمات کلیدی:

استراتژی بازاریابی، اعتماد مصرف کننده، قصد خرید آنلاین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1532110>

