

عنوان مقاله:

بررسی استراتژی های بازاریابی بر ارزیابی خرید آنلاین: تبیین نقش ریسک درک شده، اعتماد و قصد خرید مشتری (مطالعه موردی فروشگاه اینترنتی دیجی کالا)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت عملیات خدمات، دوره 2، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

حمید خداداد حسینی - Tarbiat Modares University

پرویز احمدی - Tarbiat Modares University

محمد سپهری پسند - Northern rahbord Higher Education Institute

خلاصه مقاله:

هدف: تحقیق حاضر به دنبال بررسی استراتژی های بازاریابی بر ارزیابی خرید آنلاین و تبیین نقش ریسک درک شده، اعتماد و قصد خرید مشتری می باشد. روش شناسی: این تحقیق از لحاظ هدف یک تحقیق کاربردی- توسعه ای و از نظر روش گردآوری داده ها از نوع پیمایشی می باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان سایت دیجی کالا در شهر رشت هستند که حداقل یک بار از این سایت خرید کرده اند. از این جامعه، نمونه ای به حجم ۳۹۹ نفر و به روش نمونه گیری اتفاقی انتخاب شد. برای گردآوری داده های پژوهش، پرسشنامه استاندارد حاوی ۴۴ سوال طراحی گردید. پایایی پرسشنامه توسط خبرگان و متخصصان در این مطالعه با ضریب آلفای کرونباخ که مقدارش بالای ۰/۷ شد بررسی و تأیید گردید. همچنین بررسی داده های پژوهش و آزمون فرضیه های پژوهش از طریق آمار توصیفی و استنباطی با به کارگیری نرم افزارهای SPSS۲۲ و Amos۲۲ انجام گرفت. یافته ها و نتیجه گیری: نتایج نشان داد که استراتژی های بازاریابی محصول بر ریسک های قیمت و کیفیت محصول تأثیر معناداری دارد. استراتژی های بازاریابی فروشگاه اینترنتی بر ریسک های کیفیتی تأثیر معناداری دارد ولی بر ریسک های امنیتی تأثیر ندارد. ریسک های قیمت محصول و ریسک های کیفیت محصول بر یکدیگر تأثیر معناداری دارند. ریسک های کیفیت محصول و ریسک های کیفیتی بر یکدیگر تأثیر معناداری دارند. ریسک های قیمت و کیفیت محصول بر اعتماد مشتری به محصول تأثیر معناداری دارد. ریسک های کیفیتی و امنیتی بر اعتماد مشتری به فروشگاه تأثیر معناداری دارد. اعتماد مشتری به محصول و فروشگاه بر قصد خرید آنلاین تأثیر معناداری ندارد و در نهایت قصد خرید آنلاین بر ارزیابی خرید آنلاین تأثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

Marketing Strategies, Online Shopping Evaluation, Perceived Risk, Trust, Purchase Intention
استراتژی های بازاریابی، ارزیابی خرید آنلاین، ریسک درک شده، اعتماد، قصد خرید.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلکا:

<https://civilica.com/doc/1684384>

