

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد اعتبار اینفلوئنسرها، جذابیت و اعتماد و تخصص بر قصد خرید در صنعت زیبایی پوست با توجه به نقش واسطه ای درگیری مشتری

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های میان رشته ای زنان، دوره 5، شماره 4 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

نازنین روستا - کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی - بازاریابی، موسسه آموزش عالی فاطمیه شیراز، شیراز، ایران.

احمد الهیاری - گروه مدیریت موسسه آموزش عالی فاطمیه شیراز، شیراز، ایران.

مهرداد شفیعی - گروه مدیریت موسسه آموزش عالی فاطمیه شیراز، شیراز، ایران.

خلاصه مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد اعتبار اینفلوئنسرها، جذابیت و اعتماد و تخصص بر قصد خرید در صنعت زیبایی پوست با توجه به نقش واسطه ای درگیری مشتری هدف اصلی در این پژوهش بررسی تاثیر ابعاد اعتبار اینفلوئنسرها، جذابیت و اعتماد و تخصص بر قصد خرید در صنعت زیبایی پوست با توجه به نقش واسطه ای درگیری مشتری است. این پژوهش بر مبنای هدف از نوع پژوهش های کاربردی و از بعد جمع آوری داده ها یک تحقیق توصیفی-پیمایشی محسوب می شود. جامعه آماری این تحقیق نیز عبارت اند از استفاده کنندگان از خدمات پوست و زیبایی در شهر شیراز که از طریق رسانه های اجتماعی (اینستاگرام) مرکز مورد نظر خود را انتخاب کرده اند. حجم نمونه با توجه بزرگ بودن و عدم وجود آمار دقیق در مورد تعداد جامعه، بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد و روش نمونه گیری مورد استفاده، غیر تصادفی در دسترس بود. برای جمع آوری اطلاعات از پرسش نامه محقق ساخته استفاده شد. در این پژوهش جهت آزمون فرضیه ها از مدل پابی معادلات ساختاری بهره گرفته شد به این منظور، نرم افزارهای SmartPLS و SPSS مورد استفاده قرار گرفت. یافته های پژوهش نشان داد جذابیت و تخصص اینفلوئنسرها و همچنین درگیری مشتری بر قصد خرید در صنعت زیبایی پوست تاثیر مثبت و معنادار دارد. در این میان درگیری مشتری در رابطه بین ویژگی ها اینفلوئنسرها با قصد خرید نقش واسطه ای دارد.

کلمات کلیدی:

جذابیت، اعتماد، اینفلوئنسرها.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2029167>

