

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ترس از کرونا و ریسک درک شده بر قصد خرید با نقش میانجی رفتار مصرف کننده (مورد مطالعه بیمه پارسیان شهر کرج)

## محل انتشار:

سومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

## نویسندگان:

علیرضا روستا - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاداسلامی شهر قدس

فرزاد آسایش - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاداسلامی شهر قدس

## خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر ترس از کرونا و ریسک درک شده بر قصد خرید با نقش میانجی رفتار مصرف کننده می باشد، جامعه آماری شامل مشتریان بیمه پارسیان در شهر کرج می باشد. روش نمونه گیری تصادفی ساده با استفاده از فرمول کوکران برای جامعه نامحدودی باشد، که تعداد نمونه ۴۸۳ نفر است. برای سنجش متغیر های تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه ها، روش معادلات ساختاری و آزمون تحلیل حداقل مربعات جزئی بکار گرفته شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که ترس از کرونا و ریسک درک شده بر قصد خرید با نقش میانجی رفتار مصرف کننده تاثیر معنادار دارد.

## کلمات کلیدی:

ترس از کرونا، ریسک درک شده، رفتار مصرف کننده، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2050920>

