

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت سایت بر عوامل کلیدی موثر در تصمیم گیری مشتریان در تجارت الکترونیک

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی چالش های الکترونیکی 2016 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

پژمان آذرکو

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر کیفیت سایت بر عوامل کلیدی موثر در تصمیم گیری مشتریان در تجارت الکترونیک می باشد. برای رسیدن به هدف مذکور به بررسی رابطه بین متغیرهای : زیباییشناسی سایت، کیفیت اطلاعات، تعامل با سایت، اعتماد به سایت (متغیرهای مستقل) و نگرش در مورد سایت، سادگی استفاده از سایت (متغیرهای وابسته) پرداخته شد. در این پژوهش شرکتهای دارای تجارت الکترونیک مستقر در تهران مورد بررسی قرار گرفتند. تعداد شرکت های مورد نظر برابر 613 شرکت دارای کسب و کار الکترونیکی در تهران بدست آمد. جامعه آماری این تحقیق مشتریانی هستند که از این وبسایتها استفاده می کنند با توجه به اینکه جامعه آماری مورد نظر نامحدود می باشد با استفاده از جدول مورگان حجم نمونه مورد نیاز برابر با 683 نفر به دست آمد. با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده از نمونه مورد نظر، تجزیه و تحلیل داده ها در دو بخش آمار توصیفی و استنباطی انجام شده است. با استفاده از نرم افزار Smartpls مدل تحقیق به روش معادلات ساختاری برازش و معناداری مدل و ضرایب رگرسیونی بررسی گردید. ارزیابی مدل ها تحقیق توسط شاخص های مدل pls بررسی شد. معناداری مدل ها و ضرایب همبستگی بین متغیرها با استفاده از معناداری آماره t در سطح اطمینان 59 درصد بررسی شده و نتیجه تحلیل ها تایید فرضیه های پژوهش بود که بیان می دارند: زیبایی سایت، کیفیت اطلاعات، تعامل با سایت و اعتماد به سایت، بر سادگی استفاده از سایت و هم چنین نگرش در مورد سایت رابطه مثبت و معنادار دارد.

کلمات کلیدی:

تجارت الکترونیک، کیفیت، سایت، مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/573868>

