

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های لذت جویانه و مبتنی بر فایده وب سایت فروشگاه های اینترنتی بر تعهد، ارزش ویژه برند، اعتماد و وفاداری مشتریان در خریدهای آنلاین

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد دانش بنیان با تاکید بر اقتصاد مقاومتی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

الهام شیرانی - کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

افسون شیرانی - کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی، واحد نراق، دانشگاه آزاد اسلامی، نراق، ایران

خلاصه مقاله:

در بازار به شدت رقابتی خرده فروشی آنلاین، دغدغه اصلی فروشندگان آنلاین ایجاد شرایطی است که در بین رقبای خود به مزیت رقابتی دست پیدا کنند و یکی از مهمترین عوامل در کسب مزیت رقابتی، وفاداری مشتریان می باشد. لذا بررسی عوامل تاثیر گذار بر وفاداری مشتریان می تواند مزیت رقابتی قابل توجهی را برای فروشگاه های اینترنتی به وجود آورد. در تحقیق پیش رو در یک مدل جامع به بررسی تاثیر ویژگی های وب سایت های خرید اینترنتی بر وفاداری مشتریان پرداخته شده و همچنین، نقش تعهد، اعتماد و ارزش ویژه برند در رابطه بین ویژگی های وب سایت های خرید اینترنتی و وفاداری مشتریان مورد بررسی قرار می گیرد. پژوهش حاضر از نظر روش و ماهیت، از جمله تحقیقات توصیفی است؛ و به لحاظ اجرا، پیمایشی و از نظر هدف، کاربردی می باشد. در این پژوهش 384 نفر از مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا به روش نمونه گیری تصادفی توسط پرسشنامه اینترنتی مورد مطالعه قرار گرفتند. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری و با کمک نرم افزار لیزرل انجام شد. نتایج یافته ها نشان داده اند که ویژگی های لذت جویانه و مبتنی بر فایده وب سایت های خرید اینترنتی بر اعتماد، تعهد و ارزش ویژه برند تاثیر مستقیم و معناداری داشته و همچنین یافته های تحقیق بیانگر تاثیر مستقیم تعهد، اعتماد و ارزش ویژه برند بر وفاداری آنلاین مشتریان می باشد.

کلمات کلیدی:

ویژگی های وب سایت، وفاداری، تعهد، اعتماد، ارزش ویژه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694156>

