

عنوان مقاله:

بررسی نقش ویژگی های شخصیتی و کیفیت وب سایت ها در خرید اینترنتی مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های مشگین شهر

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مریم جلیلی حسین حاجلو - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال

کمال عبادزاده - مربی پایه ۷ گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال

ناصر علی رضانی - مربی پایه ۱۰ گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی نقش ویژگی های شخصیتی و کیفیت وب سایت ها در خرید اینترنتی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه های مشگین شهر) با استفاده از روش تحقیق توصیفی و به شیوه پیمایشی می باشد. لذا در این راستا از بین دانشجویان شهرستان مشگین شهر تعداد 360 نفر بر اساس فرمول کوکران به عنوان نمونه آماری به روش تصادفی طبقه بندی شده انتخاب گردید. اطلاعات لازم جهت آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از پرسشنامه ویژگی های شخصیتی مک کری و کاستا، پرسشنامه کیفیت وب سایت محقق ساخته مبتنی بر مدل تورک بیلماز و همکاران (2015) و پرسشنامه محقق ساخته خرید اینترنتی مبتنی بر مدل تورک بیلماز و همکاران (2015) گردآوری شده است. روایی محتوایی براساس تحلیل عاملی (KMO) و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفته است. جهت نیل به اهداف تحقیق از آزمون رگرسیون خطی چندگانه با استفاده از نرم افزار spss21 بهره گرفته شده است. نتایج به دست آمده در این تحقیق نشان داد که از بین ابعاد کیفیت وب سایت، امنیت سایت و راحتی کاربر و از بین ویژگی های شخصیتی، ویژگی شخصیتی برون گرایی؛ گشودگی نسبت به تجربه و معاشرتی بودن می تواند بصورت معناداری خرید اینترنتی را پیش بینی نماید ($P < 0/05$).

کلمات کلیدی:

ویژگیهای شخصیتی، کیفیت وب سایت، خرید اینترنتی، دانشجویان، مشگین شهر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/715674>

