

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ویژگی های سایت در بازاریابی الکترونیک (مطالعه موردی: هتل پامچال رشت)

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیق و توسعه در مدیریت و اقتصاد مقاومتی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

سیدسالار علوی نسب - گروه مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی علامه قزوینی، قزوین، ایران

صبا مشگینی - گروه مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی علامه قزوینی، قزوین، ایران

## خلاصه مقاله:

با توجه به توسعه فضای بازاریابی آنلاین و گرایش مصرف کنندگان به سمت استفاده از این گونه محیط ها، بازاریابی آنلاین رقابت شدیدی را بوجود آورده است. از طرفی تحقیقات نشان داده ویژگی های سایت برای کاربران در پذیرش و استفاده از فضاهای آنلاین اهمیت زیادی دارد. در نتیجه در این مقاله به بررسی نقش ویژگی های سایت در بازاریابی الکترونیکی پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق را کاربران سایت هتل پامچال رشت که در شهریور 1397 از طریق سایت این هتل رزرو آنلاین انجام داده اند، تشکیل می دهد. با توجه به نامحدود بودن این افراد، نمونه آماری تحقیق 384 نفر از این جامعه می باشد. این تحقیق از جمله تحقیقات کاربردی است و با استفاده از مدل معادلات ساختاری به بررسی فرضیات تحقیق می پردازد. نتایج تحقیق نشان داد، ویژگی های لذت جویانه سایت هتل باعث ایجاد تعهد عاطفی در کاربران می شود. همچنین ویژگی های سودجویانه بر تعهد محاسبه ای تاثیرگذار است. تعهد عاطفی و همچنین تعهد عاطفی نیز باعث ایجاد اعتماد و وفاداری در افراد می شوند. نتایج همچنین تاثیر اعتماد بر وفاداری را اثبات کرد. اما نتایج نشان داد ویژگی های لذت جویانه بر تعهد محاسبه ای تاثیری ندارد. همچنین تاثیر ویژگی های سودجویانه بر تعهد عاطفی نیز مورد تایید قرار نگرفت.

## کلمات کلیدی:

ویژگی های سایت، اعتماد، تعهد، وفاداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/882109>

