

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر خرید آبی و خرید وسواسی بر فرار از واقعیت با توجه به نقش میانجی پشیمانی پس از خرید

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت کسب و کار و بازرگانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

اسماعیل بازیار حمزه خانی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر خرید آبی و خرید وسواسی بر فرار از واقعیت با توجه به نقش میانجی پشیمانی پس از خرید در بین جوانان می باشد. باتوجه به ماهیت موضوع و اهداف پژوهش، تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی و علی مقایسه ای می باشد. جامعه آماری این پژوهش شامل دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی بوده اند. از این تعداد با استفاده از روش تصادفی ساده متناسب با حجم، نمونه ای به تعداد 228 نفر انتخاب شدند. داده های پژوهش با استفاده از ابزار پرسشنامه، پس از بررسی روایی و پایایی آن جمع آوری شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از متخصصان و اساتید این حوزه استفاده شد و برای تعیین برازش مدل ساختاری نیز از واریانس تبیین آلفای کرونباخ، بارعاملی، پایایی ترکیبی و واریانس استخراج شده استفاده شد و برای تعیین برازش مدل ساختاری نیز از واریانس تبیین شده استفاده شد. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که رفتار خرید آبی و خرید وسواسی بر روی هم پشیمانی پس از خرید و هم فرار از واقعیت تاثیر مثبت و معناداری دارد، همچنین نتایج نشان داد که پشیمانی از خرید، فرار از واقعیت را در افراد به دنبال دارد و همچنین نشان داد که خرید آبی میتواند خرید وسواسی را به دنبال داشته باشد.

کلمات کلیدی:

خرید آبی، خرید وسواسی، پشیمانی پس از خرید، رفتار مصرف کننده، فرار از واقعیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/926049>

