

عنوان مقاله:

تاثیر نگرش به اطلاعات ارائه شده در تبلیغات سرزبانی الکترونیکی و نگرش نسبت به وبسایت بر اثربخشی تبلیغات سرزبانی الکترونیکی (مورد مطالعه: صنعت خرده فروشی-آنلاین)

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت کسب و کار، دوره 11، شماره 43 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

آرش استواری - گروه مدیریت بازرگانی، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری، ایران.

مهران آقایی - گروه مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری، ایران

محسن محمدی - گروه مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر نگرش به اطلاعات ارائه شده در تبلیغات سرزبانی الکترونیکی و نگرش نسبت به وبسایت بر اثربخشی تبلیغات سرزبانی الکترونیکی در صنعت خرده فروشی آنلاین به انجام رسید. این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ رویکرد توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری این تحقیق، مشتریان وبسایت های خرده فروش در شهر تهران بودند. بر اساس برآوردهای اولیه، تعداد این جامعه آماری بیش از 100,000 نفر تخمین زده شد. بر اساس جدول کرجسی و مورگان، به حداقل 384 نمونه آماری نیاز بود. جهت انتخاب افراد مشمول در نمونه آماری تحقیق، از روش نمونه برداری خوشه ای با حجم برابر استفاده شد. ابزار اصلی مورد استفاده در این تحقیق جهت جمع آوری داده ها، پرسشنامه ای استاندارد مشتمل بر 21 گویه بود که از آن پاسخ ها بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت تنظیم شدند. بعد از جمع آوری داده ها، تجزیه و تحلیل های توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزارهای SPSS و LISREL انجام شد. محاسبه ضریب آلفای کرونباخ، آمار توصیفی در خصوص متغیرهای پژوهش، آزمون کولموگراف-اسمیرنوف، تحلیل عاملی تاییدی، و تحلیل مسیر به انجام رسید. سرانجام نتایج پژوهش نشان داد که در صنعت خرده فروشی آنلاین، قدرت رابطه، همرنگی و اعتبار منبع بر نگرش نسبت به اطلاعات ارائه شده در تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی و نگرش نسبت به وبسایت تاثیر مثبت و معنادار دارند. همچنین، تاثیر مثبت و معنادار نگرش نسبت به اطلاعات ارائه شده در تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی و نگرش نسبت به وبسایت بر اثربخشی تبلیغات دهان به دهان الکترونیکی نیز به اثبات رسید.

کلمات کلیدی:

نگرش به اطلاعات، نگرش نسبت به وبسایت، اثربخشی تبلیغات سرزبانی الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/958136>

