

تمایل به استفاده به تمایل مشتری جهت خرید یک محصول اشاره دارد. مصرف کنندگان محصولی را خریداری می کنند، در زمانیکه آنها به این باور برسند که محصول کیفیت یا ویژگی های محصول واقعی را ارائه می دهد. قصد خرید ترکیبی از علاقه و سلايق مصرف کنندگان یا مشتریان در خرید یک محصول و احتمال خرید را در آینده در بر می گیرد. بسیاری از مطالعات یک ارتباط قوی را بين رویکرد و نگرش و اولويت نسبت به یک برند یا محصول را گزارش دادند. هدف از این تحقیق بررسی تاثیر بازاریابی سبز و نوآوری ادراک شده بر قصد خرید مشتریان شرکت نت برگ می باشد جامعه آماری تحقیق تمامی مشتریان فروشگاه اینترنتی شرکت نت برگ می باشد که تعداد آنها نامحدود در نظر گرفته شده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ، تعداد ۳۸۲ نفر برآورد شد که از روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس از بین مشتریان فروشگاه اینترنتی شرکت نت برگ انتخاب گردید. داده های بدست آمده با استفاده از نرم افزار SPSS 22 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج بدست آمده از تحقیق نشانگر رابطه بین کلیه متغیرهای تحقیق از جمله بازاریابی سبز ، نوآوری درک شده ، کیفیت درک شده ، ریسک درک شده ، ارزش درک شده ، تمایل به استفاده ، قیمت درک شده می باشد.

کلمات کلیدی: بازاریابی سبز ، نوآوری درک شده ، کیفیت درک شده ، ریسک درک شده ، ارزش درک شده ، تمایل به استفاده ، قیمت درک شده