

بررسی تاثیر نگرش مشتری نسبت به جامعه برند آنلاین با قصد بازگشت مجدد و اعتماد به برند (مطالعه موردی: دیجی کالا)

رقیه پورآقاییار*، 173،

1395-11-30

از آنجایی که اینترنت تاحد زیادی قابلیت افراد برای تعامل و برقراری ارتباط با یکدیگر را افزایش داده است، جامعه برند آنلاین به محل برگزاری غالب در بازار تبدیل شده است که از طریق آن اطلاعات فردی و تجربه محصولات و خدمات به اشتراک گذاشته میشود، مشکلاتی که مصرف کنندگان با آن روبرو هستند حل میشود، و تعامل با سایر مصرف کنندگان و نمایندگان شرکت صورت میگیرد. از این رو، در تحقیق حاضر به بررسی تاثیر نگرش مشتری نسبت به جامعه برند آنلاین با قصد بازگشت مجدد و اعتماد به برند در دیجی کالا پرداخته شده است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان سایت دیجی کالا می باشد که از طریق نمونه گیری روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس و با استفاده از فرمول کوکران تعداد 308 نفر از بین جامعه آماری تحقیق به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. این پژوهش از نظر هدف تحقیق، از نوع کاربردی می باشد و طرح تحقیق در این پژوهش، توصیفی-تحلیلی از نوع همبستگی است. همچنین از پرسشنامه های استاندارد برای گردآوری داده ها کمک گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها نیز از آزمونهای از آزمون کولموگوروف-اسمیرنف جهت تعیین نوع توزیع داده ها و بهره گیری از رویکرد مدل سازی معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر برآزش کلی مدل و آزمون فرضیه ها از نرم افزارهای برند آنلاین جامعه به نسبت نگرش میدهد که نشان نتایج است. استفاده از Spss 21 و Smart.PLS.2 با قصد بازگشت مجدد، منفعت اطلاعاتی بر نگرش نسبت به جامعه برند آنلاین، نگرش نسبت به جامعه برند آنلاین بر اعتماد به برند تاثیر معناداری دارد. همچنین منفعت اجتماعی بر نگرش نسبت به جامعه برند آنلاین تاثیر معناداری ندارد. در ادامه نتایج مشخص شد که نوع جامعه برند آنلاین، نگرش نسبت به جامعه برند آنلاین با قصد بازگشت مجدد و نگرش نسبت به جامعه برند آنلاین با اعتماد به برند را تعدیل نمیکند. در نهایت بر اساس نتایج به دست آمده پیشنهادهایی برای مدیران و کارشناسان سایت های فروش کالا به ویژه سایت دیجی کالا ارائه شده است.

کلمات کلیدی : نگرش مشتری، برند، جامعه برند آنلاین، با قصد بازگشت مجدد، اعتماد به برند

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)