

تأثیر ویژگیهای وب سایت بر وفاداری مشتریان با توجه به نقش واسطه‌های اعتماد آنان) مطالعه موردی شرکت اینترنتی دیجی کالا)

سارا شفارودی*، پیمان علیدوست ذوقی، ..

1397-6-21

هدف کلی این تحقیق بررسی تأثیر ویژگیهای وب سایت بر وفاداری مشتریان با توجه به نقش واسطه‌های اعتماد آنان است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است و روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی، مشتریان شرکت اینترنتی دیجی کالا است. با توجه به فرمول کوکران نامحدود 374 نفر به عنوان نمونه محاسبه شد. در نهایت پرسشنامه‌ها جمع‌آوری و داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS22 و PLS2 SMART مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید در سطح 95% بُعد طراحی شرکت اینترنتی دیجی کالا، بُعد سهولت در استفاده شرکت اینترنتی دیجی کالا، بُعد امنیت/ حفظ حریم شرکت اینترنتی دیجی کالا، بُعد تعامل شرکت اینترنتی دیجی کالا، - بُعد شخصی شرکت اینترنتی دیجی کالا، بُعد کیفیت حمایت شرکت اینترنتی دیجی کالا، بُعد حضور اجتماعی شرکت اینترنتی دیجی کالا و بُعد جامعه مجازی شرکت اینترنتی دیجی کالا بر اعتماد مشتریان تأثیر دارد؛ اعتماد به وب سایت شرکت اینترنتی دیجی کالا بر وفاداری مشتریان تأثیر دارد؛ و همچنین اعتماد اثر ویژگیهای وظیفه‌های و رابطه ای بر وفاداری مشتریان را میانجی‌گری میکند.

کلمات کلیدی : ویژگی های وب سایت، اعتماد آن لاین و وفاداری آن لاین و شرکت اینترنتی دیجی کالا.

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

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