

بررسی نقش میانجی ارتباطات زبانی الکترونیکی در تاثیر اعتبار ادراک شده و کیفیت ارتباطات بر قصد خرید در شبکه های اجتماعی

سید میلاد گلچهره نودهی *، 233،

1398-6-17

هدف از انجام پژوهش حاضر سنجش نقش میانجی ارتباطات زبانی الکترونیکی در تاثیر اعتبار ادراک شده و کیفیت ارتباطات بر قصد خرید در شبکه های اجتماعی می-باشد. پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نوع توصیفی می-باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کاربران شبکه-های اجتماعی اینستاگرام، تلگرام و فیس بوک بودند که به روش نمونه گیری در دسترس و بر اساس جدول مورگان 384 نفر به عنوان نمونه انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار گردآوری داده ها پرسشنامه استاندارد بود که پایایی آن به روش آلفای کرونباخ و روایی آن به روش روایی محتوا مورد تایید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده-ها از روش مدلسازی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی توسط نرم افزار آماری PLS3 Smart استفاده شد. یافته-های تحقیق نشان داد که کیفیت ارتباطات و اعتبار درک شده دارای تاثیر مثبت و معناداری بر ارتباطات زبانی الکترونیک هستند. همچنین تاثیر مثبت و معنادار ارتباطات زبانی الکترونیک، کیفیت ارتباطات و اعتبار درک شده با قصد خرید مورد تایید قرار گرفت. همچنین نقش میانجی ارتباطات زبانی الکترونیک در رابطه بین اعتبار ادراک شده و کیفیت ارتباطات با قصد خرید در شبکه-های اجتماعی مورد تایید قرار گرفت. در این راستا می-توان اینگونه نتیجه گیری نمود که با تقویت ارتباطات زبانی الکترونیک رابطه بین اعتبار درک شده و کیفیت ارتباطات با قصد خرید از شبکه-های اجتماعی ارتقاء می-یابد.

کلمات کلیدی : کیفیت ارتباطات - اعتبار ادراک شده - ارتباطات زبانی الکترونیک - قصد خرید

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

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