

## International Conference on Management

### عوامل موثر در شکل گیری وفاداری مشتریان به خرید الکترونیکی

فاطمه اسلامیه<sup>۱</sup>، مریم شاه محمدی<sup>۲</sup>

مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

feslamieh@hotmail.com

مدرس دانشگاه پیام نور واحد دماوند

ma.shmohammadi@yahoo.com

#### چکیده

هدف از این پژوهش، شناسایی عوامل موثر در شکل گیری وفاداری مشتریان به خرید الکترونیکی بوده است. روش تحقیق از نظر شیوه گردآوری اطلاعات توصیفی (پیمایشی) و از نظر هدف کاربردی بوده است. جامعه آماری شامل ۹۳ نفر از مشتریان فروشگاه زنجیره ای شهروند که به شیوه نمونه گیری در دسترس انتخاب شده اند، بوده است. جهت گردآوری داده ها، از چک لیست با ضریب توافق ۰/۵۹ استفاده شده است. نتایج به دست آمده از طریق آزمون خی دو نشان داده است که ۱- وجود وبسایت ساده و پاسخگو، ۲- ارائه خدمات پس از فروش محصولات، ۳- اعتماد، امنیت و حفظ حریم شخصی مشتری، ۴- قابلیت پرداخت وجه از طریق تمام بانک ها از جمله عواملی هستند که منجر به شکل گیری وفاداری مشتریان به خرید الکترونیکی می گردند.

واژه های کلیدی: وفاداری مشتری، خرید الکترونیکی، تجارت الکترونیکی.

### Factors in the Formation of Customer Loyalty in Electronic Shopping

Fatemeh Eslamieh, Maryam ShahMohammadi

#### Abstract

The purpose of this study was to identify factors in the formation of customer loyalty to e-shopping. Methods of data collection methods, descriptive (survey) and the target is applied. The population consists of 93 citizen clients store the selected sampling have been. Data collection from the Czech listing agreement with the coefficient 0/59 are used. The results obtained by Chi-square test showed that 1- a simple website and responsive, 2- after sales service, 3- Trust, security and privacy of customer, 4- Ability to pay by all banks, including factors that lead to the formation of customer loyalty comes to buying electronics.

**Keywords :** Customer Loyalty, E-Shopping , E-Commerce.