

فصلنامه جهان نوین

No 2, 2020, P 1-13

سال سوم، شماره یازدهم، پاییز ۱۳۹۹، صص ۱-۱۳

(ISSN) : 2645 - 3479

شماره شاپا: (۲۶۴۵ - ۳۴۷۹)

بررسی عوامل مؤثر بر قصد خرید و وفاداری مشتریان در فروشگاه های آنلاین

(مورد مطالعه: فروشگاه آنلاین شیکوپیک)

سمیه صائب نیا^۱، رقیه افشاری^۲، مقصود دشمن کش کورعباسلو^۳

چکیده

پیشرفت شبکه ارتباط جهانی به شکل گیری نوع جدیدی از خرید تحت عنوان خرید آنلاین منجر شده است. در این راستا، شناسایی عوامل تعیین کننده قصد خرید و وفاداری مشتریان آنلاین از مهم ترین زمینه های تحقیقاتی به شمار می رود که در این تحقیق بدان پرداخته شده است. براین اساس در این پژوهش قصد بر این است تا عوامل مؤثر بر قصد خرید و وفاداری مشتریان در فروشگاه های آنلاین (شیکوپیک) بررسی شود. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش همبستگی هست جامعه آماری شامل تمامی مشتریان فروشگاه آنلاین شیکوپیک است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برابر با ۱۲۳ نفر به دست آمد که بر اساس روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور اندازه گیری متغیرها از پرسش نامه استاندارد استفاده شد. روایی پرسش نامه بر اساس روایی صوری و پایایی پرسش نامه با ضریب آلفای کرونباخ بررسی گردید. نتایج تحقیق نشان داد که امنیت سایت، سطح قیمت ها، پشتیبانی از مشتریان، روش پرداخت وجوه و کیفیت کالاهای ارائه شده بر قصد خرید تأثیر مثبت و معناداری دارد و همچنین تأثیر مثبت و معنادار کیفیت کالای ارائه شده، رضایتمندی و اعتماد به فروشگاه بر وفاداری مشتریان نیز تأیید شد و نهایتاً بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادهایی برای بهبود قصد خرید و وفاداری مشتریان ارائه گردید.

واژگان کلیدی: قصد خرید، وفاداری مشتریان، فروشگاه آنلاین شیکوپیک

۱ - گروه مدیریت موسسه آموزش عالی شمیم دانش نوین، گروه مدیریت، اردبیل، ایران. نویسنده مسئول: S.Saebniya@gmail.com

۲ - گروه مدیریت موسسه آموزش عالی شمیم دانش نوین، اردبیل، ایران.

۳ - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، مشکین شهر، ایران.