



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

گرایش بازاریابی

عنوان:

تأثیر بازاریابی آنلاین و تمایلات رفتاری بر نگرش مشتریان با مداخله گری متغیر

جنسیت مشتریان (مطالعه موردی: مشتریان شرکت دیجی کالا)

استاد راهنما:

دکتر آرش حاج کریمی

استاد مشاور:

دکتر محسن ترابیان

نگارنده:

ایمان برخوردار

شهریور ۱۳۹۷

چکیده :

این تحقیق باهدف بررسی تمایلات رفتاری مشتریان فروشگاه آنلاین و تأثیر این رفتارها و بازاریابی آنلاین بر نحوه نگرش و عکس‌العمل‌های مشتریان زن و مرد به شکل کاربردی به دنبال ارتقا سطح بازاریابی در فروشگاه آنلاین می‌باشد. بر اساس مطالعات انجام‌شده و مدل مفهومی، عواملی شامل اعتماد، کارایی، ارتباط، ماهیت آموزنده، استفاده و انتقال اطلاعات و وفاداری مشتریان به‌عنوان متغیرهای مربوط به تمایلات رفتاری مؤثر بر نگرش مشتریان در خرید از فروشگاه آنلاین در این مطالعه در نظر گرفته‌شده‌اند. همچنین با در نظر گرفتن متغیر جنسیت، به تعداد برابر بین مشتریان زن و مرد این موضوع سنجیده شده است.

تحقیق حاضر یک مطالعه کاربردی است و در سطح مشتریان فروشگاه اینترنتی دیجی کالا صورت می‌گیرد. در این پژوهش برای گردآوری داده‌های اولیه از ابزار پرسشنامه استفاده گردیده است. روایی پرسشنامه از روش اعتبار محتوا توسط اساتید بررسی شده است و در مورد پایایی ضریب آلفای کرونباخ برای هریک از متغیرها به‌صورت جداگانه بررسی شد و درنهایت پایایی کلی پرسشنامه ۰/۷۵۷ محاسبه گردید؛ بنابراین پایایی پرسشنامه مطلوب ارزیابی گردیده است. جامعه آماری این تحقیق مشتریان فروشگاه دیجی کالا می‌باشند و به دلیل تعداد زیاد مراجعین این سایت و انجام تحلیل به روش معادلات ساختاری تعداد نمونه به‌اندازه ۱۰ برابر تعداد سؤالات پرسشنامه در نظر گرفته شد و ۳۰۰ پرسشنامه بین مشتریان زن و مرد پخش گردید. بر اساس آزمون فرضیه‌ها و نتایج حاصل از مدلیابی معادلات ساختاری مشخص شد که تأثیر تمایلات رفتاری درک شده (ماهیت آموزنده، ارتباط، اعتماد، کارایی، استفاده و انتقال اطلاعات و وفاداری) مشتریان زن و مرد از فروشگاه آنلاین بر نگرش مثبت بوده و همگی فرضیه‌ها تأیید گردیده‌اند.

Abstract :

The purpose of this research is to investigate the behavioral habits of online store customers and the impact of these online behaviors and online marketing on the attitudes and responses of male and female clients in an applied form, seeking to upgrade the level of marketing in an online store.

Based on studies and conceptual model, factors such as trust, efficiency, relevance, informative nature, use and transfer of information and loyalty of customers as variables related to behavioral tendencies affecting customers' attitudes towards online shopping are considered in this study.

Also, considering the gender variable, this is measured by the equal number of male and female customers.

The present study is an applied study and is conducted on the customers' level in the DJ's online store. In this study, a questionnaire was used to collect data. Validity of the questionnaire has been investigated by faculty members and the Cronbach's alpha coefficient was verified separately for each of the variables and finally the reliability of the questionnaire was calculated as 0.775.

Therefore, the reliability of the questionnaire has been evaluated. The statistical population of this research is customers of DJ's store. Due to the large number of users of this site and structural analysis, the number of samples was 10 times as many as the questionnaire and 300 questionnaires were distributed among male and female clients

Based on the hypothesis testing and the results of structural equation modeling, it was determined that the effect of perceived behavioral tendencies (informative nature, communication, trust, efficiency, use and transfer of information and loyalty) of male and female customers from online store on positive attitude and all hypothesis Are approved

Key words: online shopping, online recruitment, customer behavioral tendencies, gender



Takestan Institution of Higher Education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirments for the Degree of
Business Management Marketing Orientation M.Sc in

Title

**The Effect of Online Marketing and Behavioral Desires on
Customer's Attitude with Intervening Gender Variables of
Customers (Case study: Customers of DJ Company)**

Supervisor

DR. Arash Haji Karimi

Advisor

DR. Mohsen Torabiyan

By

Iman Barkhordari

Sep 2018