



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

گرایش: تجارت الکترونیک

عنوان:

تأثیر ویژگی‌های وبسایت آنلاین بر وفاداری آنلاین با نقش میانجی

اعتماد آنلاین

استاد راهنما:

دکتر رضا شعبان نژاد

استاد مشاور:

دکتر پرویز نصیری

نگارش:

نسیم بیگم صدیقی

تابستان ۱۳۹۸

چکیده:

هدف این پژوهش بررسی تأثیر ویژگی‌های وبسایت آنلاین بر وفاداری آنلاین با نقش میانجی اعتماد آنلاین می‌باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش به روش علی انجام شده است. جامعه آماری کلیه مشتریان دیجی کالا می‌باشد، به منظور جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه میان مشتریان دیجی کالا توزیع گردید، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با کمک معادلات ساختاری نشان داد که ویژگی‌های وبسایت بر اعتماد آنلاین تأثیر دارد. اعتماد آنلاین بر وفاداری آنلاین تأثیر دارد. ویژگی‌های وبسایت بر وفاداری آنلاین با نقش میانجی اعتماد آنلاین تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: وفاداری آنلاین، اعتماد آنلاین، ویژگی‌های وبسایت

ABSTRACT:

The purpose of this study was to investigate the impact of online website features on online loyalty through the role of online trust mediator. The purpose of this study was applied, causal and methodological. Statistical population is all customers of digital commodity. In order to collect data questionnaire was distributed among consumers of digital commodity. Web site features affect online loyalty through the role of online trust mediator.

Keywords: online loyalty, online trust, website features



Takestan Higher Education Institute

Dissertation submitted to graduate studies office in partial Fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Arts In Management

Title:

**The Effect of website attributes on online loyalty
with online trust role**

Supervisor:

Dr. Reza Shabannejad

Advisor:

Dr.Parviz Nasiri

By:

Nassim Beigom Sadri

Summer 2019