



تأثیر ویژگی های وبسایت و کیفیت خدمات بر رفتار مشتری در خرید آنلاین با نقش میانجی رضایت مشتری (مورد مطالعه: سایت قزوین خرید)

امیر شعبانی^۱، منصوره گل میمی^۲، مهدی محمدی کوچصفهانی^۳

۱. کارشناسی ارشد مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

۲. دکتری مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

۳. دکتری مدیریت، دانشکده علوم انسانی، موسسه آموزش عالی غیر انتفاعی تاکستان، ایران

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تأثیر ویژگی های وبسایت و کیفیت خدمات بر رفتار مشتری در خرید آنلاین با نقش میانجی رضایت مشتری (مورد مطالعه: سایت قزوین خرید) انجام پذیرفته است. روش انجام پژوهش توصیفی از نوع توصیفی - همبستگی بوده است، جامعه آماری این تحقیق شامل جامعه آماری این تحقیق عبارت است از کلیه مشتریان سایت قزوین خرید هستند و حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین گردید و در آخر ۳۸۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج حاصل از تحلیل معادلات ساختاری نشان داد که ویژگی های وبسایت، کیفیت خدمات بر رضایت مشتری تأثیر دارد، رضایت مشتری بر وفاداری تأثیر دارد.

واژگان کلیدی: اکتساب، بهره برداری، جذب، اکتساب