

بررسی ارتباط بین برند الکترونیک و خرید آنلاین (مطالعه موردی: خریداران فروشگاه

اینترنتی بامیلو در شهر رشت)

رضا فدائی کیوانی^۱، یعقوب مهدوی سالکویه^۲

۱-عضو هیأت علمی جهاد دانشگاهی واحد گیلان، ایران

۲-دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، موسسه غیر انتفاعی مهر آستان، آستانه اشرفیه، ایران

چکیده

با افزایش نقش اینترنت در امور بازرگانی و تجاری و فروش کالا، داشتن برند الکترونیک، به یکی از مسائل مهم تبدیل شده است. امروزه خرید آنلاین یکی از شیوه های رو به رشد در خرید می باشد که در آن برند الکترونیک در خرید تاثیر گذار است. از این رو، هدف از انجام تحقیق حاضر بررسی رابطه بین برند الکترونیک و خرید آنلاین (فروشگاه اینترنتی بامیلو) می باشد. روش تحقیق از نوع هدف، کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی - همبستگی می باشد. جامعه تحقیق حاضر، کلیه افرادی هستند که از فروشگاه اینترنتی بامیلو در شهر رشت خرید کرده اند که با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی ساده به تعداد کافی از آنها انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته اند. نتایج تحقیق بیانگر آن است که بین برند الکترونیک، ویژگی های ظاهری برند و رضایت مندی و وفاداری مشتریان رابطه معنادار وجود دارد.

واژگان کلیدی: برند، اجزای برند، برند الکترونیک، تجارت الکترونیک، خرید آنلاین