

تأثیر ابعاد کیفیت اپلیکیشن های موبایل بر رضایت و وفاداری کاربران (مطالعه موردی اپلیکیشن اسنپ)^۱

علیرضا حبیبی^۱، شکرالله هویدا^۲

^۱ استاد و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت بازرگانی دانشگاه بین المللی اهل بیت (ع) (نویسنده مسئول)

^۲ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه بین المللی اهل بیت (ع)

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر ابعاد کیفیت اپلیکیشن های موبایل بر رضایت و وفاداری کاربران می باشد. روش های تحقیق به کار گرفته شده در پژوهش حاضر از نوع توصیفی پیمایشی و از نگاه هدف یک تحقیق کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق با در نظر داشت جدول پی ال اس - اس ای آم و فرمول ارائه شده توسط کوهن به تعداد ۱۶۴ نفر از کاربران اپلیکیشن در شهر تهران انتخاب گردیده است. داده های تحقیق بعد از گردآوری با استفاده از نرم افزارهای اس پی اس اس^۳ و اسمارت پی ال اس^۴ ترتیب، تجزیه و تحلیل گردیده است. روش نمونه گیری از نوع تصادفی ساده انتخاب شده، روایی پرسشنامه از نظر اساتید متخصص و استاد راهنما مورد تایید قرار گرفته و نتایج آزمون آلفای کرونباخ نشان می دهد که پرسشنامه از پایایی مناسب برخوردار است. نتایج تحقیق نشان می دهد که ابعاد کیفیت اپلیکیشن های موبایل مانند کارایی، حفظ حریم خصوصی و قابلیت دسترسی اپلیکیشن بر رضایت کاربران و سپس بر وفاداری آن ها تأثیر مثبت و معنی داری دارد.

واژه های کلیدی: کارایی، حفظ حریم خصوصی، قابلیت دسترسی، رضایت و وفاداری

این مقاله استخراج شده از پایان نامه درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل می باشد.

*PLS-SEM

*SPSS26

*SMART PLS3