

تأثير التسويق الرقمي على نية الشراء لمستحضرات التجميل في الاردن

إعداد

سحر فخري ذياب المزاهره

المشرف

الدكتور نافز علي

جامعة الزيتونه الاردنية 2021

الملخص

الهدف من هذه الدراسة هو ايجاد تأثير التسويق الرقمي (الكفاءة وسهولة الاستخدام والمصادقية وصورة العلامة التجارية) على نية الشراء لمستحضرات التجميل في الاردن، اعتمدت هذه الدراسة المنهج الكمي وأجرت مسحاً للتحقيق في هذا البحث، استخدمت الباحثة عينة ملائمة و تم جمع بيانات الدراسة من خلال استطلاع عبر شبكة الإنترنت وزعت على شبكات التواصل الاجتماعي (WhatsApp, Facebook and Yahoo Mail)، تم تبني اسئلة استبيان الدراسة وتطويرها من دراسات سابقة. واستخدمت الدراسة عينة قوامها (524) من المستهلكين الاردنيين وكانت (507) من الاناث و(17) من الذكور. تم اختبار النموذج المفاهيمي المقترح والفرضيات المرتبطة به باستخدام التقنيات التالية ، الانحدار الخطي البسيط ، الإحصاء الوصفي.

الكلمات الرئيسية: التسويق الرقمي ، نية الشراء ، الكفاءة ، سهولة الاستخدام ، المصادقية ، صورة العلامة التجارية.