

مستخلص البحث

ساري، فوري راتنا. ٢٠١٤ عنوان : " أثر سلوك المستهلك على معاملات تجارة الإلكترونية (الدراسة على الطلبة للقسم الاقتصاد جامعة مولانا مالك

إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج)

المشرف : الحاج الدكتور نور اسنوي المحستر

كلمة الرئيسة : التجارة الإلكترونية, سلوك المستهلك

تطوير العلوم والتكنولوجيا أحدثت تغييرات في عالم الأعمال ، وخاصة في عصر عولمة التجارة . حيث في السنوات المائة الماضية التي أجريت تجارة المفاضلة (تبادل) . يتم تنفيذ عمليات التداول تقليديا من التقارب بين البائع والمشتري في مكان واحد . ومع ذلك ، في عهد العولمة يمكن أن تكون جميع تنفيذها في الواقع العملي دون الوفاء بها. وسائل الاتصال التي تدعم ، تشجع المستهلكين على التعامل إلكترونيا عبر تقنية التجارة الإلكترونية. التجارة الإلكترونية يجلب العديد من التغييرات في التجارة العالمية. لتغيير عقلية المستهلكين الذين يميلون إلى أن يكون غير عملي نظرا لضيق الوقت .

هذا البحث هو دراسة كمية ، وذلك باستخدام البيانات الأولية والثانوية. نماذج متعددة باستخدام تحليل الانحدار الخطي مع اختبار الافتراض التقليدي يتبعه اختبار الفرضية باستخدام اختبار F (وقت واحد) ، ر اختبار (جزئي) و المتغيرات أظهرت النتائج أن المتغيرات سلوك المستهلك تتكون من مجموعات من اللامبالاة (١X)، الثقافة (٢X)، الفئة الاجتماعية (٣X) ، الثقة (٤X) ، شخصية (٥X) ، لايف ستايل (٦X) ، السعر (٧X) و المنتج (٨X) هو تأثير كبير في وقت واحد على معاملات التجارة الإلكترونية . في الثقة جزئي (٤X) وشخصية (٥X) لها تأثير كبير على معاملات التجارة الإلكترونية بلغت ١٥.٢١ ٪ . و معامل محددًا من ٢٧.١ ٪ إلى أن القدرة على شرح المتغيرات سلوك المستهلك يمكن النظر في معاملات التجارة الإلكترونية .