

عنوان البحث: تأثير إعلانات المؤثرين عبر منصة (تيك توك) على قرارات الشراء لدى المرأة السعودية في مدينة الرياض "دراسة ميدانية".

عزیزتی المشاركة،

السلام علیکم ورحمة الله وبرکاته،

تهدف هذه الاستبانة إلى التعرف على مدى تأثير إعلانات المؤثرين عبر منصة "تيك توك" على السلوك الشرائي للمرأة السعودية في مدينة الرياض، وذلك لاستكمال متطلبات البحث العلمي. لذا أهيب بكم الإجابة على الأسئلة الواردة فيها بكل دقة، علماً أن البيانات التي ستدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وستعامل بسرية تامة.

شاكرة لكم حسن تعاونكم.

القسم الأول: البيانات الأولية

يرجى وضع علامة (✓) في الخيار المناسب:

1. هل تقيمين في مدينة الرياض؟

() نعم () لا

2. الفئة العمرية:

() من 18 إلى 25 سنة () من 26 إلى 35 سنة () أكثر من 35 سنة

3. ما هو معدل استخدامك اليومي لتطبيق "تيك توك"؟

() أقل من ساعة () من ساعة إلى 3 ساعات () أكثر من 3 ساعات

القسم الثاني: محاور الاستبانة

يرجى اختيار الإجابة التي تعبر عن رأيك لكل عبارة من العبارات

التالية:

□

غير موافق بشده غير موافق محايد موافق موافق بشده □ العبارة

1. أتابع بانتظام
إعلانات المؤثرين
على تيك توك
للتعرف على أحدث
المنتجات.

2. أثق في
مصادقية المؤثر
الذي يتحدث عن
تجربته الشخصية
مع المنتج بكل
شفافية.

3. تساهم الطريقة
الجذابة في عرض
المنتج (الفيديو
القصير) في
إقناعي بجودته.
4. وجود "كود
خصم" خاص
بالمؤثر يحفزني على
اتخاذ قرار الشراء
فوراً.
5. أرى أن إعلانات
المؤثرين على تيك
توك أكثر تأثيراً
علي من الإعلانات
التقليدية.
6. تفاعل المؤثر مع
تعليقات المتابعين
يزيد من رغبتني في
شراء المنتج المعلن
عنه.
7. قمت فعلياً
بشراء منتج واحد
على الأقل بناءً على
توصية من مؤثر في
تيك توك.
8. أحرص على
شراء المنتجات التي
يزكيها المؤثرون
الذين أثق في
ذوقهم الخاص.
9. يسهل وجود
رابط الشراء
المباشر في "بايو"
المؤثر من سرعة
اتخاذ لقرار
الشراء.

اسم الطالبه: حصة بجنف