

د آنلاین پېر په اراده او تصمیم باندې د درک شوي گواښ تاثیر څېړنه

نصیراحمد مایار^۱، پوهندوی دوکتور همایون غفورزی^۲

۱. د تشبثاتو مدیریت دپارتمنت، اقتصاد پوهنځی، کاروان پوهنتون، کابل افغانستان

۲. د مالي محاسبې دپارتمنت، اقتصاد پوهنځی، کابل پوهنتون، کابل افغانستان

ایمیل: nasirmayar.2018@gmail.com

لنډیز

آنلاین پېر د یوویشتمې پېړۍ د ژوند مهمه برخه ګرځیدلې چې زیات او زیات مصرف کوونکي پدې لټه کې دي چې آنلاین پېر څخه ګټه واخلي او د انټرنیټ مصرف کوونکو ته اجازه ورکړي تر څو هروخت، هر چیرته ددې توانايي سره سره چې بیلابیل توکي پرتله کړي، وپېري. نوموړې څېړنه چې په کابل ښار، پنځمه ناحیه کې د درک شوي گواښ تاثیر پرلیکه پېر په اراده او پرلیکه پېر په تصمیم باندې تاثیر څرګندولو په موخه لومړي لاس ډېټا چې د پوښتنلیک په مټ سره راټوله شوې په نظر کې نیول شوې ده او دا څېړنه عملي څېړنې ده چې د (۱۷۸) وګړو څخه د نمونې په ډول د غیر تصادفي، موخیزې نمونې اخیستنې په استفاده سره ډېټا راټوله شوې ده. یاده موضوع چې په هر ځای کې د خورا ډیر اهمیت درلودونکې ده نو دې اهمیت ته په کتو سره، په دې څېړنه کې به د درک شوي گواښ تاثیرات پرلیکه پېر په اراده او تصمیم ترمنځ اړیکه څرګنده شي د ریګرېسیون خطی موډل څخه استفاده شوې. د تحلیل څخه وروسته د اړوند څېړنې موندنې دا څرګندوي چې د درک شویو گواښونو لکه رواني ادارک شوی گواښ د پرلیکه پېر په اراده ($p=0.034$) سره منفي او معنی لرونکی تاثیر لري او د تولید ادارک شوی گواښ په پرلیکه پېر په اراده او پرلیکه پېر په تصمیم د ($p=0.043$) مثبت او معنی لرونکی تاثیر لري او همدارنګه د وخت درک شوی گواښ په دواړو مثبت اما بی معنی تاثیر لري، پاتې ټول گواښونه، لکه مالي گواښ، ټولنیز گواښ، امنیتي گواښ منفي تاثیر لري خو یواځې ټولنیز گواښ معنی لرونکی دی.

کلیدي ټکي: درک شوی گواښ، انټرنیټ، پرلیکه پېر اراده، پرلیکه پېر تصمیم، سوداګري او گواښ.

The Effect of Percecvied Risk on Online Purchase Intention and Decision

Nasir Ahmad Mayar¹, Assistant professor Hamayoun Ghafourzay²

1 Karwan University, Kabul, Afghanistan

2 Kabul University, Kabul, Afghanistan

Email: nasirmayar.2018@gmail.com

Abstract

Online shopping has become an essential part of 21st-century life, with more and more consumers seeking to benefit from the convenience of purchasing online. The internet enables users to compare and buy various products anytime and anywhere. This study, conducted in the fifth district of Kabul city, investigates the impact of perceived risk on online purchase intention and decision-making. It is an applied research study, and data was collected from a purposive non-random sample of 178 individuals. Given the importance of this topic globally, the study employed a linear regression model to analyze primary data collected through a questionnaire. The findings indicate that certain perceived risks—such as psychological perceived risk—have a positive and statistically significant effect on online purchase intention ($p = 0.034$). Similarly, product-related perceived risk has a negative and significant effect on both online purchase intention and decision-making ($p = 0.043$). Time-related perceived risk also shows a positive but statistically insignificant effect on both intention and decision. Other risks, including financial, social, and security risks, have a negative effect, with only social risk showing a statistically significant impact.

Keywords: Perceived risk, Internet, Online purchase intention, Online purchase decision, E-commerce, Risk.

۱- مقدمه

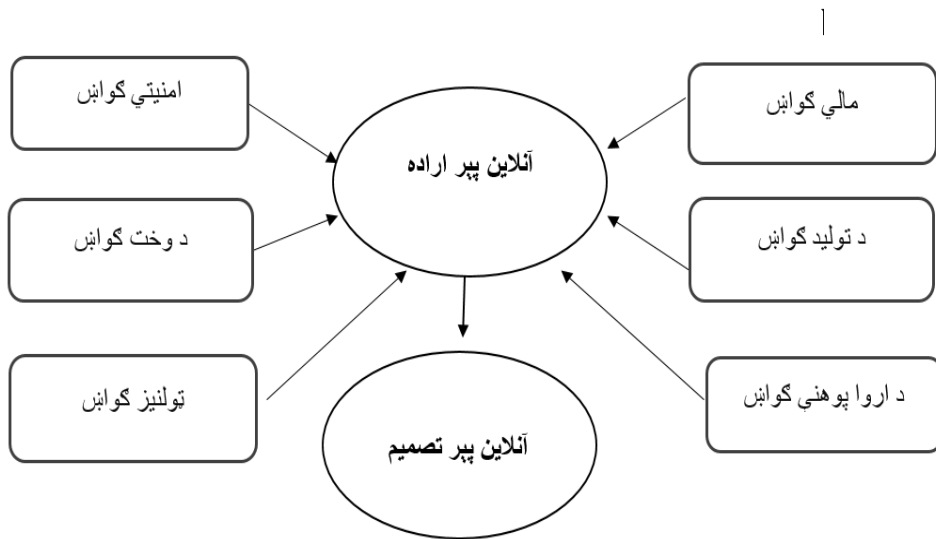
څرنگه چې د ټولنې خلک ورځ تر بلې د تکنالوژۍ سره د بلدتیا په حال کې دي او تکنالوژي د چارو په تر سره کولو کې پوره آسانتیا رامنځته کړې، نو مصرف کوونکي د خپلې اړتیا وړ توکي او چوپړتیاوې کولای شي په کم وخت کې وپېري او خپلې اړتیاوې رفع کړي نو له همدې اړخه مصرف کوونکي پر لیکه پېرل غوره کوي ځکه چې دا په نړیواله سطحه د سوداګرۍ او اړیکو غوره لاره ګرځیدلې او د انټرنیټ استفاده کوونکي هم ورځ په ورځ په چټکۍ سره د زیاتیدو په حال کې دي او د مختلفو وسیلو لکه کمپیوټر، لپټاپ، موبایل او نورو په مرسته تر سره کيږي خو دا سهولتونه د ځان سره بعضې ننگونې لکه د معلوماتو ساتنه، د تادیاتو امنیت، غیر کافي معلومات، د قرارداد اعتبار او د محصول کیفیت لري او په پرمخ تللو هیوادونو کې پر لیکه پېرود پورې اړوند رجحانات اعظمی حد ته رسیدلي دي (Iqbal W. , 2019). انلاین پېر د یوویشتمی پېر د ژوند مهمه برخه ګرځیدلې چې زیات او زیات مصرف کوونکي پدې لټه کې دي چې آنلاین پېرود څخه ګټه واخلي او د انټرنیټ مصرف کوونکي ته اجازه ورکړي تر څو هروخت، هر چیرته ددې توانایی سره سره چې بیلابیل توکي پرتله او وپېري (Balogh & Meszaros, 2020). همدارنگه نن ورځ ټولنیزې رسنۍ د سوداګرۍ په ځانګړې ډول د آنلاین کاراوبار په پار د مشتریانو سره د اړیکو مهم کانال بلل کيږي چې دا حقیقت څرګندوي چې استفاده په ټولنه کې د انټرنیټ او ټولنیزو شبکو څخه ورځ تر بلې د پړیدو په حال کې ده (Mohammadi, 2024). پېرولو تصمیم (Purchasing decision) ته د د اخیستلو تصمیم (Buying decision) هم وایي چې په داسې تعریف کيږي دا یو پروسه ده چې مصرف کوونکي مشکل پېژني، د اړوند تولید د براند او شهرت په اړه معلومات ترلاسه کوي، راټول شوي معلومات پرتله کوي چې کوم متبادل د اړوند ستونزې یا مشکل په پار تر ټولو غوره دی او په پای کې د پېرولو تصمیم نیول کيږي (Hazrati Havidz & Mahaputra, 2020) هغه فعالیتونه چې د مصرف کوونکو اړتیاوو او غوښتنو پوره کولو لپاره د ځانګړو محصولاتو یا چوپړتیاوو په ټاکلو، پېرود، ارزولو او کارولو کې ښکیل دي احساساتي او ذهني پروسې ته اړتیا لري او د ګواښ لاندې پریکړو کولو پروسه احساساتي او ادراکي اړخونه لري چې پېرودونکي اړتیا لري تر څو په مختلفو تولیداتو او چوپړتیاوو کې د یوه غوره تولید یا چوپړتیا په اړه پریکړه وکړي (ishak & Sugiharto elgeka, 2023).

ادراک هغه څه دی چې هر شخص یې په انگیزه او هڅه سره د عمل کولو ته تیار دی دا چې نوموړی شخص څه ډول عمل ترسره کوي په ادراک او اوضاع د شخص پورې اړه لري. ټول انسانان د معلوماتو د جریان په مرسته د پنځه ګونو حواسو له طریقه یعنی لید یا کتلو، اوریدلو، بوی کول، لمس او خټلو زده کوي، همدارنگه ادراک هغه پروسه ده چې په مټ یې خلک د نړۍ معنالرونکی انځور جوړ، د معلوماتو انتخاب، تنظیم، تعبیر او تفسیر کوي. زده کړه یا یادونه هغه عامل دی چې مصرف کوونکي یې د تیرو تجربو څخه زده کوي او په راتلونکو د پېر په تصمیم کې ترې استفاده کوي ددې علاوه باورونه او عقاید دي چې د پېرودونکي یې د عمل او زده کړې په مټ تر لاسه کوي او د مصرف کوونکي په رفتار باندې تاثیر کوي. (Kotler, Armstrong, & Balasubramanian, Principle of marketing, 2024). نو ددې ستونزې د څرګندولو په موخه څرنگه چې د

نړۍ په سطحه انلاين پېرودنه او پلورنه ورځ تر بلې په چټک ډول د پېریدو په حال کې ده له دې برخې څخه زموږ گران هیواد افغانستان کې هم د وگړو د علمي کچې لوړیدو او انلاين کاراوبارونو ایجادیدل او پراخیدل د پېرلو او پلورلو او خپلو اړتیاوو د رفع کولو آسانه لاره ده او دا ډول پلور او پېر لپاره تصمیم نیول او ارادې ته اړتیا ده چې دا تصمیم او اراده تر هغه پورې چې د توکي یا چوپړتیا د ترلاسه کولو څخه پوره ډاډه نه وي نو د پېرودونکي او پلورونکي یو ډول گواښ احساس کوي. چې دا گواښونه لکه مالي گواښ، د تولید گواښ، ټولنیز گواښ، امنیتي د وخت او ارواه پوهنې درک شوی گواښ په انلاين پېر په اراده او تصمیم باندې منفي او معنا لرونکی اغیز کوي. یعنې په انلاين پېر باندې د درک شوي گواښ او انلاين تصمیم نیونه باندې د رک شوي گواښ تاثیر منفي او معنا لرونکی دي او همدارنگه څېړنه د علم او پوهې د پراخیدو مهمه وسیله ده او دا د څېړنې نتیجې نه تنها علم ته بلکې عملي ژوند ته هم شاملې دي یعنې په ورځني ژوند کې ډیر رول لري په همدې اساس دا څېړنه هم اړینه ده ځکه چې نن سبا د نړۍ د الکترونیک تجارت په وده کې دی، نو افغانستان کې هم انلاين راکړه ورکړه ورځ تر بلې د ډیریدو په حال کې ده نو دا د هغو متحولینو لکه درک شوی گواښ، انلاين پېرود او انلاين تصمیم نیونه ترمنځ اړیکه او تاثیرات څرگندوي چې کاروباري اشخاص او پېرودونکي یې باید د خپلو کاروبارو د کړنو د ښه والی او پرمختگ لپاره په نظر کې ولري او دې څېړنې ته ورته څېړنه په نړیواله او داخلي څېړنو کې نده ترسره شوي چې عیناً دا ډول متحولینو اړیکې یې څرگندې کړې وي بلکې دوه یا یو له دې یې تر بحث لاندې نیولی دی. ددې څېړنې په پای ته رسیدو سره به محصلین، کارکوونکي، مصرف کوونکي او کاراوبار یا سوداگر په ټوله کې هغه اشخاص چې انلاين کاراوبار سره علاقه لري معلومات حاصل کړي چې زموږ په ټولنه د انلاين پېر په صورت کې کوم گواښونه شتون لري او دا ډول گواښونه د مصرف کوونکو د پېر په اراده او تصمیم څه ډول اغیز کوي او همدارنگه د نړیوال تجارت په برخه کې د سوداگرو سره هم مرسته کولای شي چې څه ډول د مصرف کوونکو سره انلاين اړیکه وساتي او رویه ورسره وکړي. له بلې خوا به د نورو کورنیو او بهرنیو څېړونکو سره د څېړنې د مخینې په برخه کې مرستندوی واقع شي. له بلې خوا ددې تحقیق پایله به د سوداگریزو شرکتونو سره مرسته وکړي چې څرنگه د پېرودونکو باور ترلاسه کولای شي، د انلاين پېرودلو په برخه کې امنیتي تدابیرو اهمیت تشخیص او وپېژني او د پېرودونکو د وفادارۍ یعنې (customer loyalty) په پار غوره اقدامات ترسره کړي. سربېره پردې به پېرودونکو ته څرگند کړي چې څرنگه له گواښ نه خوندي انلاين پېرود ترسره کړي او د گواښونو نه ځان وژغوري، اندېښنې به کمې او د عقلاني تصمیم نیولو کې د پېرودونکو سره مرسته کوي.

۲-د څېړنې کړنلاره

نوموړې څېړنه یو کمي څېړنه ده. ددې څېړنې میتود کمي دی او د موخې له اړخه تطبیقي ده چې نوموړې ډېټا بنسټ د لومړني لاس ډېټا تشکیلوي کوم چې د گوگل فارم څخه په استفادې د پوښتنلیک په مرسته چې ډیموگرافیک، د درک شوي گواښ، د انلاین پېر اراده او انلاین پېر تصمیم مشتمل دی او د لیکرت مقیاس په درلودلو سره د غیر احتمالي نمونې له ډلې د غیر تصادفي موخیزې نمونې اخېستنې په استفاده سره د کابل ولایت، مرکز په پنځمه ناحیه کې د (۱۷۸) کسانو چې انلاین پېر یې تجربه کړی وي راټوله شوې ده.



شکل ۱: د څېړنې ماډل

جدول ۱: د پوښتنلیک اعتبار

مقیاس	کرونباخ الفا	د افادو شمېر	حالت
مالي گواښ	۰.۶۷	۵	قبول وړ
د تولید گواښ	۰.۶۸	۵	قبول وړ
د امنیت گواښ	۰.۹۵	۵	قبول وړ
د وخت گواښ	۰.۹۸	۴	قبول وړ

ټولنيز گواښ	۰.۹۵	۴	قبول وړ
رواني گواښ	۰.۷۶	۴	قبول وړ
پرليکه پېر اراده	۰.۷۲	۳	قبول وړ
پرليکه پېر تصميم	۰.۹۹	۷	قبول وړ

۳- موندنې

په الجزاير کې څېړنه د چينايي موټرونو اړوند د درک شوي گواښ تاثير د الجزاير د مصرف کوونکو د پېر په تصميم باندې د ۱۱۰ مصرف کوونکو څخه د راټولو شوو معلوماتو په مرسته ترسره شوې ده چې په پايله کې يې د درک شوي گواښ اړوند د کړنو، مالي، اروا پوهنې او وخت گواښ شامل دي يعنې د دوي د پېر تصميم باندې اغيزه کوي له بلې خوا، د فزيکي او ټولنيز گواښ د دوي د پېر په تصميم باندې اثر نه لري (أحمد & وکال، ۲۰۲۴). د ماليزيا په کلنگ والي کې د ادراک شوي گواښ تاثير د انلاين يا پر ليکه د پېر په اراده تر عنوان لاندې څېړنه ترسره شوې چې فاعلي نورم او علاقه د منځگړي او کنترول په ډول په اړيکه کې رول لري؛ راټوله شوې ډېټا يې د سروې په مرسته د ۲۵۰ کسانو څخه را ځواب کړې، ډېټا د اس پی اس په مرسته سپړل شوې او ښودل شوې چې درک شوی گواښ پر انلاين پېر په اراده باندې منفي اغيزه کوي او علاقه مثبت تاثير لري د منځگړي متحول په حيث يعنې علاقه د درک شوي گواښ او انلاين پېر په اراده باندې مثبت اغيزه کوي بلکې د فاعلي نورم کچې د کمیدو سره د ادراک شوي گواښ او انلاين پېر اراده ترمنځ اړيکه قوي کيږي (Mei Siu & Ismail, 2022). د درک شوي گواښ اغيزې په انلاين پېر تر عنوان لاندې څېړنه چې د درک شوي گواښ له ابعادو څخه يې دوه ابعاد د مالی او معلوماتي امنيت گواښ بعدونه په نظر کې نيولي دي؛ د هغو ۱۴۷ کسانو څخه چې انټرنېټ ته لاسرسي لري او استفاده کوي يې ډېټا راټوله شوې او د سپړنه په نتيجه کې څرگنده کړې چې مالي گواښ د انلاين پېر باندې تاثير نلري او د معلومات گواښ په مثبت ډول د مصرف کوونکو په انلاين پېر اغيزه کوي (mamman, maidawa, & saleh, 2015). همدارنگه (andrian & Selamat, 2021) د مصرف کوونکي د درک گواښ تاثير د اندونيزيا هيواد کې د مصرف کوونکو په انلاين پېر تر عنوان لاندې څېړنه ترسره کړې ده چې د څېړنې په پار راټوله شوې ډېټا د پوښتنليک په مرسته ده او د ۱۳۰ ځواب کوونکو لخوا خپل اندونه راټول شوي دي چې په پايله کې مالي گواښ، د توليد گواښ، امنيتي گواښ، وخت گواښ او اروا پوهنې گواښ د انلاين پېر په اراده باندې منفي تاثير کوي او ټولنيز گواښ په انلاين پېر په اراده باندې هيڅ تاثير نلري او کمپنیا يې بايد پورته پنځه بعدونه چې منفي اغيز لري پاملرنه وکړي. په برانډ پوشاک توليداتو کې د درک شوي گواښ تاثير د مصرف کوونکو د انلاين پېر په اراده باندې څېړنه چې ډېټا د پوښتنليک په مټ راټوله او د کمي ميتود څخه په استفادې سره ترسره شوې ده ښيي چې دوه فکتورونه د توليد او مالي گواښونه منفي اما معالرونکی تاثير د انلاين مصرف کوونکو د پېر په اراده باندې لري او له بلې خوا، نور فکتورونه لکه امنيت، ټولنيز او وخت گواښونه يې معنا دي يعنې کوم تاثير نلري (Iqbal w., 2019). همدارنگه د انلاين بيا کتنې تاثير د انلاين پېر په

اراده باندې تر عنوان څېړنه د ترتیب شوي پوښتنلیک په مرسته د ۱۲۳ کسانو څخه د ساده تصادفي نمونې په استفادې سره ډېټا راټوله شوې او پایله یې څرگندوي چې انلاین باکنه د انلاین پېر په اراده باندې ډیر تاثیر کوي (Ramadhan, wisnu, & nugroho, 2022). د انلاین مشتریانو بیاکننه تاثیر د پېر په اراده باندې په انلاین بازار په اندونیزیا هیواد کې چې د بلبلي ويب سایت په نظر کې نیول شوي دی نوموړې څېړنه تشریحي ده او سروې میتود په مرسته ترسره شوې چې د ساده تصادفي نمونې په مټ د ۴۰۰ کسانو څخه اړوند معلومات راټول شوي چې خلاصه د څېړنې ښيي چې د مصرف کوونکو انلاین یا پرلیکه بیا کتنه د مصرف کوونکو د پېر اراده باندې په لوړه کچه تاثیر درلودلای شي (Ramadhan, wisnu, & nugroho, 2022)

د انټرنیټي بازارموندنې تاثیر د درک شوي گواښ او د مشتري اعتماد په انټرنیټي پېر باندې څېړنه چې دموخې له مخې عملی څېړنه ده او په ایران هیواد کې د ډیجی توکو د پلورنځیو د مشتریانو څخه د پوښتنلیک په مرسته ډېټا راټوله شوې ده چې ټولټال ۳۶۵ کسان دی او پایله په ایراني تولیداتو کې د علاقې د منځگړي متحول او ادراک شوي گواښ ابعادو تاثیر د پېر په اراده باندې چې د کمي میتود په مرسته تر سره شوی دی چې د څېړنې پایله څرگندوي چې مالي گواښ د مصرف کوونکو په علاقه باندې مثبت تاثیر نلري او همدارنګه د مصرف کوونکو د پېر په اراده هم مثبت تاثیر نلري یعني دا چې دا اړیکه معکوسه ده یعني د مالي گواښ زیاتوالي علاقه او د پېر اراده د ایراني تولیداتو ته کمیږي او د مالي گواښ زیاتوالی د مصرف کوونکو علاقه کموي او ایراني تولیداتو ته په اراده منفي تاثیر لري (shahri majarshin, rousta, & naami, 2021). الکترونيکي بازار په موازي ډول فزیکي بازار ته د بالقوه الکترونيکي پلورونکو او الکترونيکي پېرودونکو اجازه ورکوي ترڅو د توکو او چوپړتیاوو اړوند د معلوماتو تبادله وکړي یعني شریک کړي او توافق ته سره ورسېږي الکترونيکي تجارت د ماډل په اساس کولای شي په بیلابیلو برخو لکه الکترونيکي خپلواک بازار، عمودي بازار او افقي بازار دي وویشو. یو الکترونيکي بازار چې دغوره پېر چاپېریال برابرولو په هدف د ټولو پلورونکو لخوا اداره کیږي د پېرودونکو الکترونيکي بازار یا پېرود محوره بازار په نوم یادېږي او د پلورونکو محوره بازارهم د یو مقدار عرضه لخوا اداره کیږي او عمودي الکترونيکي بازار په انلاین ډول راکړې ورکړې ته لاسرسی پکې وي او په عمودي ډول د لوړ نه ښکته او بالعکس برابرېږي او د افقي بازار د پلورونکو او پېرودونکو بیلابیل صنعتونه یو ډبل سره وصلوي (حمیدي & فاضلی، ۱۳۹۶). څرنګه چې په ډیرو هیوادونو کې د انټرنیټ استفاده ډیره نو اندونیزیا هیواد هم له هغو هیوادونو څخه دی چې د انټرنیټ استفاده پکې ورځ تر بلې د ډیریدو په حال کې ده او په کاراوا بار کې یې رول ډیر مهم دی چې د هیواد د اقتصاد په بېلاتس باندې تاثیر کولای شي او پر لیکه یا انلاین د پېرود اراده د یوه فکتور په توګه تعریف کولای شي چې ددې په مرسته د ټولو کړنو د مصرف کوونکو په چلند او رویه وړاندوینه وکړي او یا هم د توکو یا چوپړتیاوو د ترلاسه کولو لپاره پریکړه وکړي (Ramadhan, wisnu, & nugroho, 2022).

د مصرف کوونکي د درک شوي گواښ تاثیر د مصرف کوونکو د انلاین پېر په اراده څېړنه د اندونیزیا هیواد کې چې ډېټا د ۱۳۰ کسانو څخه د پوښتنلیک په مرسته راټوله شوې ده چې پایله د څېړنې څرگندوي چې مالي گواښ،

د تولید گواښ، امنیتي گواښ، وخت گواښ او ارواه پوهنې گواښ منفي تاثیر د انلاين پېر په اراده باندې لري ولې ټولنيز گواښ د انلاين پېر په اراده باندې تاثیر نه کوي (Andrian & Selamat, 2021). د فاعلي نورم او درک شوي گواښ تاثیر د انلاين پېر په اراده په الکترونکي سوداگري کې تر عنوان لاندې څېړنه تر سره شوې ده چې د انلاين مصرف کوونکي رفتار د فاعلي نورم او گواښ د درک په نظر کې نیولو سره او جامعه د څېړنې په اندونيزيا هیواد کې جاکارت او بوگر اوسیدونکي چې د ۱۹۸۱-۱۹۹۵ کلونو کې زیږیدلي دي په نظر کې نیول شوي دي او د فرضیو د امتحان یا آزمویښت په پار د مساوي جوړښت ماډل څخه استفاده شوې ده چې د ۳۹۷ کسان د نمونې په ډول انتخاب وي او پایله فاعلي نورم غیر مستقیم ډول مثبت تاثیر د انلاين پېر په اراده باندې نلري او نه هم په رفتار باندې او درک شوی گواښ هم د انلاين پېر په اراده په غیر مستقیم ډول مثبت تاثیر لري او رفتار چې په الکترونیک تجارت کې مستقیم مثبت تاثیر د انلاين پېر په اراده لري (Nasrudin, Limakrisna, & Bahtiar, 2025). Influence of subjective norms and perceived risk toward online purchase intentions on E-commerce, 2024). د انلاين پېر ارادې پرمختگ ماډل د اندونيزیایي زر Millennial کاله نسل په پار دا څېړنه د دوه ډوله دېټا په مرسته چې لومړی او دوهمې دېټا ده د ۳۹۷ اشخاصو څخه راټوله شوې ده چې پایله یې څرگندوي چې دا نسل د عقلاني پلان نیونې څخه احساساتي ول په انلاين پېر کې او دوي انلاين پېر ته د آفلاین یا فزیکي پېر په پرتله ارجحیت ورکوي ځکه چې د تکنالوژي سره عادت شي (Nasrudin, Limakrisna, & Bahtiar, 2025). همدارنگه په الکترونیکي تجارت کې د ادراک شوي کیفیت او گواښ تاثیر د انلاين پېر په اراده باندې چې نوموړې څېړنې په پار دېټا د پوښتنلیک په مرسته د ۱۰۰ کسانو څخه راټوله شوې ده او د کمي میتود په استفادې سره پایله واضح کوي چې ۵۸.۸٪ سلنه درک شوی کیفیت او درک شوی گواښ تاثیر دی او باقي نور ۴۱.۲٪ سلنه تاثیر د نورو فکتورونو څخه دی (Sukarya, kristanto, & Armay, 2024). د مصرف کوونکو رفتار او د ادراک شوي گواښ تاثیر د انلاين مصرف کوونکو د پېر په تصمیم په موضوع څېړنه چې د کمي میتود څخه په استفادې سره، د هدفی نمونې له مخې د ۱۰۰ کسانو څخه د څېړنه د ترسره کولو په پار د پوښتنلیک په مټ دېټا راټوله شوې ده او د تحلیل په پار یې د مساوي ساختماني ماډل کارول شوی دی چې نتیجه یې ښيي د مصرف کوونکو رفتار او ادراک شوی گواښ د مصرف کوونکو د پېر په تصمیم باندې تاثیر کوي او تر ټولو ډیر زیات تاثیر کوونکی عنصر یې د تادیاتو سیستم دی (Jusuf & Munandar, 2021). د گواښ او علاقې تاثیر د انلاين مصرف کوونکو د پېر په تصمیم باندې چې دېټا د ډیزاین شوي پوښتنلیک په مټ د ۷۵۰ کسانو څخه راټوله شوې ده او د تحلیل نتیجه یې ښکاره کوي چې د پېر تصمیم د انلاين مصرف کوونکو د مطلوب پېر په رفتار پورې اړه لري او گواښ د انلاين پېر او مصرف کوونکو په علاقه کې شتون لري (Abarna, Vijayalakshmi, & Andal, 2023). د ټولنیزو شبکو د بازارموندنې د فعالیت تاثیر بررسی د ادراک شوي ارزښت او د مصرف کوونکو د پېر اراده باندې چې ټولنیزو شبکو کې انستاکرام په نظر کې نیول شوی دی. د څېړنې د ترسره کولو په موخه د ۱۴۰ کسانو څخه چې انستاکرام ټولنیزه شبکه کاروي دېټا راټوله شوې ده د تصادفي ساده نمونې له مخې او پایله یې څرگندوي چې د ټولنیزو شبکو د بازارموندنې فعالیت د درک په ارزښت باندې مثبت او معالرونکی تاثیر لري او همدارنگه د مصرف کوونکو د پېر په اراده باندې یې تاثیر مثبت او معنا

لرونکي دی او ادراک شوی ارزښت د مصرف کوونکو د پېر په اراده مثبت تاثیر لري (باباجانی محمدی، ۱۴۰۳). د څېړنې نتیجه څرگندوي چې، توجه، علاقه، رفتار او ټولنیز نورمونه د مصرف کوونکو د پېر له ارادې سره مثبت اړیکه لري او د خلکو انځورونه کولای شي پورته ټول فکتورونه تر مثبت اغیز لاندې راولي په گډون د مصرف کوونکي د پېر ارادې (Zhang, 2022). همدارنګه په انلاین کاراوبار کې د د انلاین اندونو شریک کولو تاثیر د پېرودونکو د پېر په اراده تر عنوان لاندې څېړنه ترسره کړې چې ډیټا یې د لومړنۍ ده یعنې د پوښتنلیک په مرسته یې راټوله کړې ده چې پایله کې څرگندوي چې د پېرودونکو اندونه په الکترونیک کاراوبار کې د مصرف کوونکو د پېر تصمیم، رفتار، د تولید ارزونه، او خدماتو باندې تاثیر کوي خو د پېر په اراده باندې د اندونو تاثیر له دوه اړخه دی اول د انلاین اندونو کیفیت دی چې د پېرودونکو د پېر په تصمیم باندې مثبت اغیز کوي، دوهم ټولیزه فاصله او بیلابیل انلاین اندونه دي چې د دوي ترمنځ د منځګړي تاثیر ښيي (cheng, huang, & zhong, 2023). د ویتنام هیواد د پېرودونکو په اراده باندې د توکو انلاین مشهور شخصیت ژوندی جریان اغیزې په اړه د پوښتنلیک په مرسته ډېټا راټوله شوې چې پوښتنلیک کې د تاثیر کوونکو اغیز، تخصص، تعامل، د درک شوي علاقه، د پېر اراده او ډیموګرافیک معلومات شامل وو. دا معلومات د ۵۰۰ کسانو په ۲۰۲۳ م کال کې راټول شوي دي چې پایله یې ښيي چې تاثیر کوونکو اغیز، تخصص او تعامل د ویتنامي تولیداتو د مصرف کوونکو د پېر په اراده باندې مثبت او مستقیم تاثیر لري او درک علاقه د منځګړي متحول په ډول د تخصص او تعامل په منځ کې رول لوبوي (Tien vo, 2025). په شفاهي ډول د معلومات شریک کول د بازار موندنې ستراتیژۍ کې دا څېړنه چې تر پخوا بازار موندنې ډیره غوره ده او کله چې مارکیټ او د تولید جوړښت په نظر کې ونیول شي نو دا میل د کمپنۍ په کنترول کې ندي. (Nene & Krishnan, 2018). د مصطلح کماتو د بازار موندنې تاثیر د پېر په اراده باندې چې څېړنې پایله څرګندوي کچېرته عامه خبرې اترې د تعلیمي توکو او خدماتو اړوند وي نو دا ډیر اهمیت لري او له دې اړوند د مصرف کوونکو ادراک کچه لوړیږي او دوي د پېر اراده باندې معنارونکي تاثیر کوي چې دا څېړنه د کمی میتود په مرسته د ساده تصادفي نمونې د ۱۰۰ کسانو څخه راټوله شوې ډیټا له مخې ترسره شوي او د مصطلح کلماتو بازار موندنې ټولنه داسې تعریف کوي چې دا د بازار موندنې یو ډول فعالیت دی چې پېرودونکي تشویق کوي تر څو خلک تولید اړوند خبرې وکړي او یې پېري (Farhan, Hurriyati, & hendrayati, 2024).

(Manage Shanika Hansini Rathnasiri, ۲۰۲۲) په سرلانکا هیواد کې د ادراک شوي گواښ تاثیر د ښځینو مصرف کوونکو انلاین پېر په اراده د کالو تولید کې ترسره کړې ده. دا څېړنه د شپږو فکتورونو آزمویښت کوي لکه: مالي گواښ، د تولید گواښ، امنیتي گواښ، د وخت گواښ، ټولنیز گواښ او ارواه پوهنې گواښ دي او د ۳۶۰ ښځینو څخه ډېټا راټوله کړې ده د آسانه نمونې د استفادې په مرسته چې پایله یې ښيي چې مالي گواښ، د تولید گواښ، امنیتي گواښ او ټولنیز گواښ په مثبت ډول د ښځینو مصرف کوونکو د پېر په اراده باندې تاثیر کوي. له بلې خوا، د وخت گواښ او ارواه پوهنې گواښ کم اهمیت لري (Hansini Rathnasiri, 2022). د الکترونیکي پلورونکو اخلاق او د الکترونیکي پېرودونکو جذب تر عنوان لاندې څېړنه

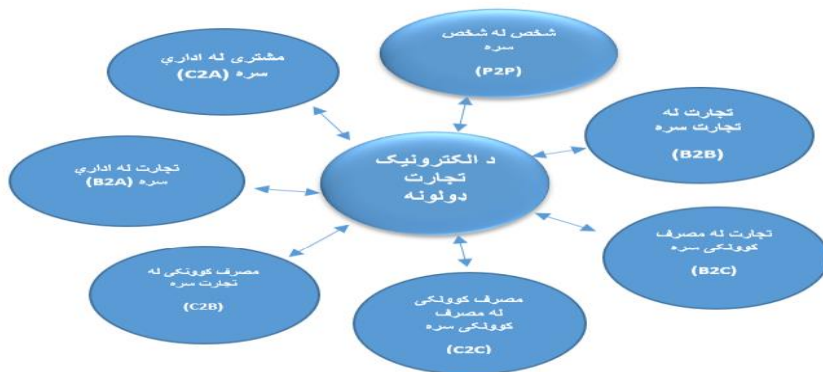
ترسره شوې ده چې ۱۴۸ کسانو څخه ډېټا د انکشافی میتود په اساس راټوله شوې ده او پایله یې د الکترونيکي سوداګرۍ اخلاق د الکترونيکي مشتریانو لپاره مهم رول لري او کچیرته مشتریانو ته په وخت ځواب ورکړل شي دې دوي د غوښتنو وړ توکي او چوپړتیاوې برابرې کړي دا به د مشتریانو په جذب او وفاه دارۍ باندې مثبت تاثیر ولري (حمیدي & فاضلی، ۱۳۹۶). د غوره پېر بررسي د پلټنې په اراده او د پېر اراده د اینستاګرام په استفاده کوونکو کې چې د ۱۶۰ کسانو څخه ډېټا راټوله او د عملي څېړنې په موخه ترسره شوې ده او د څېړنې پایله څرګندوي چې د پېر غوره انگیزه معنالرونکې تاثیر د پېر په اراده او د پلټنې په اراده باندې لري او د اینټرنیټ یو جامع کانال دی د انلاین پېر په پار (احمدی & نجفي زاده، ۱۴۰۰). د جمع کولو، اعتماد، کیفیت او درک شوی ګواښ د مصرف کوونکي په اراده د تاثیر بررسي پر ارګانیکي محصولاتو په پېر باندې څېړنه ترسره شوې ده دا څېړنه په ایران هیواد، د استان هرمزگان په سیمه کې د مصرف کوونکو پېر اراده په اورګانیکي محصولاتو کې بررسي کړې ده چې د څېړنې د ترسره کولو په پار د توصیفي میتود څخه استفاده شوې ده او د موزگان د جدول په اساس د ۳۲۰ کسانو څخه ډېټا د تصادفي ساده نمونې په اساس راټوله شوې چې پایله یې څرګندوي چې ښايي د جمع کولو ارزښت، د مصرف کوونکو اعتماد، فکر، ګواښ اودرک شوی کیفیت د مصرف کوونکي د پېر په اراده په ارګانیکي محصولاتو کې موثر رول لري (شیرخداي، قاسمی همداني، & حبيب نژاد لوجندی، ۱۳۹۵). د ۲۰۰۴ کال کې د پلان شوې سلوک او انټرنیټ په مرسته پېر تر عنوان چې د ۱۹۳ محصلینو څخه معلومات راټول کړي وو څېړنه ترسره کړه د څېړنې نتیجه څرګندوي چې د انټرنیټ د پېر باوري والی د خلکو په اړه مثبت نظرونه رامنځته کوي او محرمیت اندیښنې په اړه رويه دومره ډیر تاثیر نلري او کچیرته پېرودونکی په خپل ځان باور ولري (Self-efficacy) د انلاین پېر په پار د کنترول احساس زیاتوي (George, 2004). د انلاین پېر خنډونو تر عنوان لاندې څېړنه ښيي چې بعضې مشخص فکتورونه شتون لري چې د مصرف کوونکو د پېر په رفتار باندې تاثیر کوي د انلاین تولید پېر باندې لکه ادراک شوی ګواښ، د تادیاتو د امتیت ګواښ، جنسیت، پوهه اومهارتونه تاثیر کوي (jain & kulhar, 2019). د ټولنیزو رسنیو د بازارموندنې تاثیر د پېر په تصمیم تر عنوان لاندې څېړنې پایله ښيي چې د رفاه استان د پلورنې مرکز کارکوونکو د ټولنیزو رسنیو بازارموندنې ځانګړنې او شپږ مولفې چې عاطفي جذابیت، د خوښې وړ توکو ته تمایل، نوښت، د معلوماتو څخه خبراوی او ارزښت یې د مصرف کوونکو د پېر په تصمیم معنی لرونکی او مثبت تاثیر لري (پیران & صفوی، ۱۳۹۹). د برانډ انځور او ډیپر تصمیم د قیمت د درک او ودې تحلیل د څېړنه موضوع چې د کیفي میتود سره ترسره شوې ده چې لاسته راوړنې یې ښيي چې قیمت د برانډ په انځور، قیمت د پېر په تصمیم، د تولید وده د برانډ په انځور، د تولید وده د پېرودونکي په تصمیم او د برانډ انځور د پېر په تصمیم سره اړیکه او تاثیر لري (Hazrati Havidz & Mahaputra, 2020). د پېر د تصمیم تعین کوونکو اندازو کول د کم تولید په پېر کې، دا څېړنه د پېرلو تصمیم او دتولید قیمت، د تولید کیفیت او د تولید د ودې ترمنځ اړیکه باندې تمرکز کوي چې د پوښتنلیک په مرسته راټوله شوې ډېټا د کمي میتود په استفاده سره چې پایله څرګندوي د تولید کیفیت او د تولید قیمت مثبت او معنالرونکی تاثیر د پېر په تصمیم باندې لري. اما د تولید وده مثبت ولې بې معنا دی یعنې کوم تاثیر نلري Safia Oebit & juniarti, 2023. د ترکیبي بازارموندنې تاثیر د مصرف کوونکو د پېر په تصمیم په سربیا، د اندونیزیا په

هوټلونو کې. د تصادفي نمونې په اساس د ۱۵۰ کسانو څخه ډېټا د پوښتنلیک په مرسته راټوله شوې ده چې عملي میتود په اساس یې پایله څرگندوي چې د هوټل تولید د مصرف کوونکو د پېر په تصمیم باندې تاثیر لري او همدارنګه قیمت او د هوټل موقعیت هم معنارونکي اثر لري (putra, Husada tarigan, Sitepu, & Sanju, 2019). د ډیجیټل بازارموندنې تاثیر د پېر په تصمیم باندې چې په جوړدان هیواد په نظر کې نیول شوی دی. ددې څېړنې ډېټا لومړنۍ او دوهمې ده چې د احتمالي نمونې څخه د ساده تصادفي نمونه کارول شوې ده چې له ۳۰۰ کسانو څخه لومړنۍ ډېټا راټوله شوې چې د څېړنې پایله ښيي چې ډیجیټل بازارموندنه لکه ټولنیزې رسنۍ بازارموندنه، موبایل بازارموندنه د مصرف کوونکي د پېر په تصمیم باندې ډیر تاثیر کوي (Al-azzam & Mizeed, 2021). د ادراک شوي گواښ رول د پېر تصمیم کې د هغو مصرف کوونکو په پار چې انلاین پېر تکنالوژي استفاده کوي ددې څېړنې د ترسره کولو په پار ۳۸۵ کسانو څخه د تصادفي نمونې په استفادې سره ډېټا راټوله شوې ده چې پایله یې واضح کوي چې د درک شوي گواښ او انلاین پېر تصمیم ترمنځ معنارونکي اړیکه شتون لري او کچیره انلاین پېر کمیري د درک شوي گواښ زیاتوالی رامنځته کوي (Gazali & Y. S. Suyasa, 2019).

د قیمت او تولید د بیا کتنې د تاثیر تحلیل پر انلاین پېر په تصمیم باندې چې دا څېړنه هم د پوښتنلیک په مرسته راټوله شوې ډېټا یعنې لومړنۍ ډېټا باندې ترسره شوې ده. د ۱۲۰ کسانو څخه د هدفې نمونې میتود له مخې د هغو کسانو څخه چې انلاین پېر او پلور کوي بالخصوص د کرونا کویډ ۱۹ په وخت کې په اندونیزیا هیواد کې ترسره شوې چې د څېړنې پایله ښيي د تولید او قیمت بیاکتنه په کمه اما موازي توګه انلاین د پېر تصمیم باندې اثر کوي (Aisyah, fitri, & syahbudin, 2021). د ټولنیزو رسنیو د بازارموندنې تاثیر د پېر په تصمیم نیونه څېړنه کې د دوو بیلابیلو پوښتنلیکونه څخه په استفادې سره د کوکران فورمول په اساس د ۴۲ کسانو څخه د تصادفي نمونې له مخې ډېټا راټوله شوې ده دا چې ریګرسیون ضریب د ټولو تبلیغاتي ابعادو تر ۰.۰۵ څخه کوچنی دی نو ټول دا ابعاد د مشتریانو یا مصرف کوونکو د پېر په اراده باندې مثبت تاثیر لري (Mohammadi, 2024). په الکترونیک پېر کې د مصرف کوونکو د پېر تصمیم د تاثیر کوونکو عواملو بررسی څېړنې موخه د تطبیقي یا عملي ده چې د ۸۰۰ کسانو څخه چې د ټولنې یا جامعي حسابي برخه ګڼل کیدله له ۲۶۰ کسانو څخه د نمونې په ډول د پوښتنلیک په مرسته ډېټا راټوله شوې ده. د ډېټا د سپړنې په پای څرګندیري چې بازارموندنې او فعالیت متغیرین په الکترونیکي پلورونکو اعتماد، قیمت، کیفیت او د ویب سایټ طرحه د انلاین پېر په تصمیم مثبت او معنارونکي تاثیر لري په ختیځ آذربایجان کې چې د محصول یعنې توکي او چوپړتیا کیفیت، ویب سایټ طرحه ترټولو زیات تاثیر درلود (نجفلو & موسوی، ۱۳۹۷).

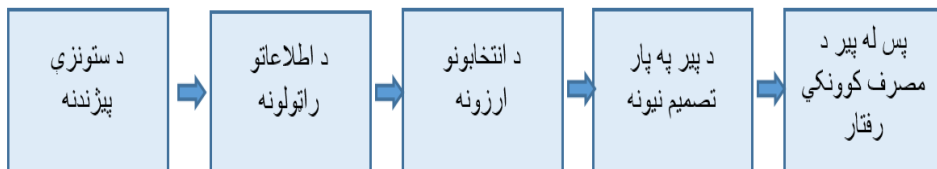
د پلورنځیو د انځور تاثیر د مشتریانو د پېر په اراده باندې څېړنه چې د ساده تصادفي نمونې په استفادې سره ډېټا د ۲۱۱ کسانو څخه راټوله شوې چې د تحلیل پایله یې څرګندوي چې تاثیر د مشتریانو د اعتماد د پېر په اراده ډیر د درک شوي گواښ څخه دی او همدارنګه د محصولاتو ډولونه د اعتماد وړ پلورنځیو، د مشتریانو درک شوي گواښ او پېر اراده د هغوي ډیر تاثیر د ترفیعات، تسهیلات، چوپړتیاوو دي (سعیدا اردکانی & جهانبازی،

(۱۳۹۴). د کرمان ښار د ټولو لاسي غالېو مشتریان یا پلورونکي تر عنوان لاندې څېړنه چې جامعه د ۱۰۰ کسان دي او دا د نمونې په ډول انتخاب او ډېټا د پوښتنلیک په مټ راټوله شوې چې ډېټا د سپړنې په پایله کې درک شوی گواښ د مصرف کوونکو په رفتار او اراده باندې ۳۶٪ او ۲۷٪ تاثیر لري او رفتار د مشتریانو هم ۴۳٪ د پېر په اراده باندې تاثیر کوي (اردکانی، ۱۳۹۹). د انلاین پېر تصمیم تاثیر پر انلاین پېرودونکو په پلور باندې عنوان باندې څېړنه ترسره شوې ده چې له ۱۰۰ کسانو څخه معلومات راټول شوي دي او موخه د څېړنې هم دا ده چې څرگند کړي چې د گډو متحولینو تاثیر او الکترونیکي مصطلح په پېر په تصمیم باندې اندازه کړي ددې وضاحت په پار یې څو بعدي ریگرسیون استفاده کړی او نتیجه یې څرگندوي چې بازارموندنه، د پېر وده، انلاین مصطلح مثبت تاثیر په انلاین پېر په تصمیم باندې لري (heranati, Amalia, perdana, & fahmi, 2020). د تصمیم نیونې پروسې اړوند د ستراتیژیو انتخاب تر عنوان لاندې څېړنه چې پایله یې څرگندوي چې څومره چې معلومات د موضوع اړوند زیات وي نو کولای شو غوره نتیجه ولري یا هم مطمین واوسو (ملک جعفریان، ۱۳۹۲).



شکل ۲: د الکترونیک تجارت ډولونه

تصمیم عبارت دی د یوې ستونزې اړوند د بیلابیلو متبادلو حل لارو پیدا کول، د متبادلو ارزونه او د یوه داسې چې په ټولو کې غوره وي انتخاب ته وایی او په پېر کې تصمیم بیا دا معنا لري چې مونږ د توکي یا چوپړتیا د پېر لپاره تصمیم لرو چې رانیسو او کنه او د تصمیم نیونې په پار بیلابیل تخنیکونه کارول کیږي. د پېر تصمیم نیونه له پنځو مرحلو متشکله ده.



شکل ۳: د تصمیم نیونې پروسه

جدول ۲: ډیموگرافیکي معلومات

متحولین	فریکونسی	فیصدي
جنسیت		
نارینه	178	100
ښځینه	0	0
تجربه		
1-5	26	23.6
5-10	30	27.3
10-15	32	29.1
15-20	18	16.4
20-25	3	2.1
څخه ډیر 25	1	0.9
سن		
20-30	44	24.7
30-40	79	44.4
40-50	50	28.1
50-60	5	2.8
تحصیل		
۱۲ پاس	47	26.4
۱۴ پاس	70	39.3

ليسانس	46	25.8
ماستر	10	5.6
دكتور	5	2.8
سكتور		
دولتي	111	62.35
خصوصي	67	37.65
مجموعه	178	100.0

په پورته جدول کې چې د څېړنې تشریحي احصایه ذکر شوې چې په دې احصایه کې گډون کونکي ټول نارینه دي چې ۱۰۰ فیصده تشکیل کوي، کاري تجربه هم په دې پوښتنلیک کې ځای پرځای شوې چې تجربه د ۱-۵ کال پورې ده ۲۶ تنه دي چې ۲۳.۶ فیصده کېږي او د ۵-۱۰ کالو پورې چې تجربه لري ۳۰ تنه دي چې ۲۷.۳ فیصده جوړوي او د ۱۵-۱۰ کالو پورې چې تجربه لري ۳۲ تنه دي چې ۲۹.۱ فیصده جوړوي او د ۱۵-۲۰ کالو پورې چې تجربه لري ۱۸ تنه دي چې ۱۶.۴ فیصده جوړوي او د ۲۰-۲۵ کالو پورې چې تجربه لري ۳ تنه دي چې ۲.۱ فیصده جوړوي او د ۲۵ کالو څخه ډیره تجربه لري ۱ تنه دي او همدارنګه هغه کسان چې دکتورا لري ۵ تنه دي چې ۲.۸ فیصده جوړوي او همدارنګه چې په کوم سکتور کې کار کوي هغه کسان چې په دولتي سکتور کې دنده لري ۱۱۱ تنه دي چې ۶۲.۳۵ فیصده کېږي او هغه کسان چې په خصوصي سکتور کې دنده لري او په دې څېړنه کې برخه اخستې ټول ۶۷ تنه دي چې ۳۷.۶۵ فیصده د ټول ټال جوړوي. هر متحول باید په کامیونلټي کې د Extraction په ستون کې د هرې افادې ارزښت د ۰.۵ څخه ډیر وي. کچیره داسې متحول شتون ولري چې ارزښت یې په ذکر شوي ستون کې د ۰.۵ ارزښت څخه کم وي هغه باید لرې شي. څرنگه چې په دې جدول کې د ټولو افادو ارزښتونه د ۰.۵ څخه لوی دي نو دا په ډاګه کوي چې دا ډېټا د عاملي سپړنې په پار د اعتبار وړ ده.

جدول ۳: د څېړنې د اصلي متغیرینو ټاکنه د هغوي د فرعي متغیرینو

اصلي متغیر	د اصلي متغیر ټاکنې عوامل (فرعي متغیرین)	ټاکنې وزن	N
مالی درک شوی	pr1	0.47	178
ګواښ	pr2	0.53	178

178	0.63	pr3	
178	0.67	pr4	
178	0.72	pr5	
178	0.57	pr6	
178	0.83	pr7	
178	0.73	pr8	د تولید درک شوی گوانس
178	0.68	pr9	
178	0.65	pr10	
178	0.59	pr11	
178	0.66	pr12	امنیتی درک شوی گوانس
178	0.83	pr13	
178	0.58	pr14	
178	0.67	pr15	
178	0.61	p16	
178	0.81	pr17	د وخت درک شوی گوانس
178	0.74	pr18	
178	0.68	pr19	
178	0.59	pr20	ټولنیز درک شوی گوانس
178	0.64	pr21	

178	0.79	pr22	رواني درک شوی گوانس
178	0.57	pr23	
178	0.66	pr24	
178	0.69	pr25	
178	0.73	pr26	
178	0.68	pr27	د انلاين پېر اراده
178	0.58	PI28	
178	0.59	PI29	
178	0.69	PI30	
178	0.63	PD31	
178	0.65	PD32	د انلاين پېر تصميم نيونه
178	0.61	PD33	
178	0.68	PD34	
178	0.75	PD35	
178	0.71	PD36	
178	0.77	PD37	

جدول ۴: (KMO) او بارتلت اړوند ټيستونو پايلي

د ارزښت	KMO	عددي	کای مربع د بارتلت لپاره	د آزادۍ درجه	معناداري
------------	-----	------	-------------------------	--------------	----------

.782	2584.930	666	.000
------	----------	-----	------

پورتنی جدول څرگندوي چي، د KMO عددي مقدار له ۰.۷۸۲ سره برابر دی چي دا د نموني د حجم د کفایت په معنی دی او د الفا د ۰.۰۵ په پام کې نیولو سره د کرویت بارتلت مقدار هم معنی دار دی؛ ښکاره کوي چي د څېړني په ټولنه کې د ډاتا تر منځ تړلتیا صفر نده، نو بناءً د څېړني تحليلي عامل د همدې تړلتیا په بنسټ د توجیه وړ دی.

جدول ۵: د متحولینو د برخو تحلیل

	Total	%	of	Cumulative	Total	%	of	Cumulative	Total
				%				%	
				Variance				Variance	
1	5.639	15.241		15.241	5.639	15.241		15.241	5.337
2	5.063	13.685		28.926	5.063	13.685		28.926	5.292
3	2.368	6.399		35.325	2.368	6.399		35.325	2.576
4	1.602	4.330		39.655	1.602	4.330		39.655	1.526
5	1.493	4.036		43.691	1.493	4.036		43.691	1.409
6	1.461	3.950		47.641	1.461	3.950		47.641	1.614
7	1.401	3.787		51.428	1.401	3.787		51.428	1.392
8	1.282	3.465		64.893	1.282	3.465		54.893	1.432
9	.675	3.172		58.065	1.174	3.172		58.065	1.300
10	.514	3.098		61.163	1.146	3.098		61.163	1.319
11	.728	2.967		64.129	1.098	2.967		64.129	1.316
12	.818	2.886		67.015	1.068	2.886		67.015	1.390
13	.886	2.818		69.834	1.043	2.818		69.834	1.149

14	.952	2.572	72.406
15	.886	2.396	74.801
16	.818	2.212	77.013
17	.803	2.171	79.183
18	.728	1.967	81.151
19	.697	1.883	83.034
20	.675	1.823	84.857
21	.581	1.570	86.427
22	.569	1.537	87.964
23	.514	1.389	89.353
24	.467	1.261	90.614
25	.426	1.153	91.767
26	.411	1.112	92.879
27	.375	1.014	93.893
28	.323	.873	94.766
29	.318	.858	95.624
30	.284	.768	96.392
31	.261	.706	97.099
32	.233	.629	97.728
33	.228	.617	98.345

34	.198	.535	98.880
35	.165	.445	99.325
36	.138	.373	99.698
37	.112	.302	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

لکه څرنگه چې په پورته جدول کې لیدل کیږي چې ځانګړی ارزښت د آتو فکتورونو د ۱ څخه لوی او نور د یو څخه کوچني دي نو دا په ډاګه کوي چې په دې څېړنه کې آتو متحولینو شتون لري چې دقیقاً همداسې ده چې مخکې هم همدغه اندازه متحولین معرفي او توزیع شوي وو. ددې سربیره، د پورته جدول په اساس مجموعي وریانس دټولو متحولینو تر ۶۰ لوړ دی.

جدول ۶: د فرضیو د آزمویښت واحد جدول

ماډل	بیټا	اهمیت	حالت
د انالاین پیر ارادې د فرضیو آزمویښت			
مالي درک شوی ګواښ	-۰.۰۹۴	۰.۳۸	رد
د تولید درک شوی ګواښ	۰.۱۳۳	۰.۲۵۸	رد
امنيتي درک شوی ګواښ	-۰.۰۷۲	۰.۵۷۹	رد
د وخت درک شوی ګواښ	۰.۰۲۰	۰.۸۷۰	رد
ټولنیز درک شوی ګواښ	-۰.۱۱۵	۰.۳۸۵	رد
ارواه پوهنې درک شوی ګواښ	۰.۰۴۹	۰.۶۱۴	رد
د انالاین پیر تصمیم د فرضیو آزمویښت			
مالي درک شوی ګواښ	-۰.۰۳۳	۰.۶۸۰	رد
د تولید درک شوی ګواښ	۰.۰۰۲	۰.۹۸۴	رد

امنيتي درک شوی گواښ	۰۰.۱۰۶	۰.۲۶۶	رد
د وخت درک شوی گواښ	۰.۱۲۳	۰.۱۷۴	رد
ټولنيز درک شوی گواښ	-۰.۲۰۹	۰.۰۳۴	تائيد
ارواه پوهنې درک شوی گواښ	۰.۰۹۶	۰.۱۸۰	رد

۴- مناقشه

په هر هیواد کې د پېر او پلور په تړاو ادراک او تصمیم نیونه ډیر اهمیت لري نو په همدې پار دا څېړنه ددې په منظور چې ادراک شوی گواښ تاثیر په لیکه پېر په اراده او د پرلیکه پېر تصمیم باندې څېړل شوې چې دا څېړنه نسبت نورو څېړنو ته چې په مخینه کې ځای پرځای شوې دي په مقایسوي شکل اشاره شوې چې د بیلگي په توگه د مالي گواښ، د تولید گواښ، امنیتي گواښ، د وخت گواښ، ټولنیز گواښ او رواني گواښ تاثیرات په پرلیکه پېر په اراده او په پرلیکه پېر په تصمیم څېړل شوي دي چې په دې څېړنه کې ټول ذکر شوي گواښونه مستقل متحولین او پرلیکه د پېر اراده او پرلیکه د پېر تصمیم وابسته متحولین دي چې ددې څېړنې بنیاد او بنسټ جوړي. چې په ټوله کې ددې څېړنې بنسټ جوړوي همدارنگه په دې څېړنه کې بیلا بیلو څېړنو ته په مخینه کې کتنه شوې چې په مقایسه وي شکل به دلته وړاندې شي چې زموږ څېړنه د کومو څېړنو سره ورته والی لري او د کومو څېړنو سره توپیر لري او دا توپیر ولې رامنځ ته شوی دی د نمونې په ډول سره د مالیزیا په کلنگ والی کې د ادراک شوي گواښ تاثیر د انلاین یا پر لیکه د پېر په اراده تر عنوان لاندې څېړنه ترسره شوي چې فاعلي نورم او علاقه د منځگړی او کنترول په ډول په اړیکه کې رول لري؛ راټوله شوې ډېټا یې د سروې په مرسته د ۲۵۰ کسانو څخه را ځواب کړې، ډیټا د اس بی اس په مرسته سپړل شوې او ښودل شوې چې درک شوی گواښ پر انلاین پېر په اراده باندې منفي اغیز کوي او علاقه مثبت تاثیر لري د منځگړي متحول په حیث یعنې علاقه د درک شوي گواښ او انلاین پېر په اراده باندې مثبت اغیزه کوي بلکې د فاعلي نورم کچې د کمیدو سره د ادراک شوي گواښ او انلاین پېر اراده ترمنځ اړیکه قوي کيږي (Mei Siu & Ismail, 2022). د انلاین بیا کتنې تاثیر د انلاین پېر په اراده باندې تر عنوان څېړنه د ترتیب شوي پوښتنلیک په مرسته د ۱۲۳ کسانو څخه د ساده تصادفي نمونې په استفادې سره ډېټا راټوله شوې او پایله یې څرگندوي چې انلاین باکنه د انلاین پېر په اراده باندې ډیر تاثیر کوي (Ramadhan, wisnu, & nugroho, 2022). د ادراک شوو گواښونو د تاثیر بررسی د انلاین پېر په رفتار، دا یو توصیفی څېړنه ده چې د پوښتنلیک په مرسته د ۳۶۹ کسانو څخه چې انلاین پېر او پلور کوي ډېټا راټوله کړې ده او د تحلیل څخه وروسته پایله یې ښی چې د پلورونکو د ویب سایت د بازارموندنې ستراتیژیکاني امنیت گواښ او کیفیت په گواښ باندې مثبت او معنالرونکی تاثیر لري او همدارنگه د ویب سایت د امنیت گواښ او کیفیت گواښ د ویب سایت د مصرف کوونکو په اعتماد باندې هم مثبت او معنالرونکی تاثیر لري او په پای کې د ویب سایت مصرف کوونکو اعتماد د پېر په تمایل باندې مثبت او معنا لرونکی تاثیر لري (خوش

سیمما، ملکمی، & مومنی، ۲۰۱۷) او ددې سربیره د تولید ادراک شوی گواښ مثبت او معنی لرونکی تاثیر لري او رواني ادراک شوی گواښ مثبت او معنی لرونکی تاثیر لري چې د پورته ترسره شوو څېړنو سره په دغه دوه مثبتو تاثیرونو کې یو بل ته ورته والی لري یعنې دا څېړنه ددغو څېړنو سره هم ورته والی لري.

مونږ په دې څېړنه کې د ټولو موثره عواملو له جملې څخه مو د څېړنې د په پام کې نیولو سره مونږ درک شوي گواښ دا برخې لکه مالي گواښ، تولید گواښ، امنیتي گواښ، د وخت گواښ، ټولنیز گواښ، رواني گواښ تر تحلیل لاندې نیولي دي. چې مالیادراک شوي گواښ په پرلیکه پېر په اراده باندې منفي تاثیر لري خو معنادار ندی ځکه چې ($p > 0.05$)، همدارنگه فرض شوې وه چې د تولید ادراک شوی گواښ هم د پېر په پرلیکه اراده باندې منفي تاثیر لري خو د څېړنې نتیجه ښيي چې دا تاثیر منفي دی ځکه چې ($p > 0.05$). د ټولنیز ادراک شوي گواښ اړوند فرضیه هم منفي تاثیر لري خو معنا لرونکی ندی ځکه چې ($p > 0.05$). د وخت ادراک شوی گواښ د فرضیې سره چې منفي تاثیر لري ولې څېړنه څرگندوي چې دا تاثیر یې مثبت اما معنالرونکی ندی ځکه چې ($p > 0.05$). او رواني ادراک شوی گواښ د فرضیې خلاف مثبت اما معنالرونکی ندی ځکه چې ($p > 0.05$) او امنیتي گواښ چې فرضیه یې منفي ذکر شوې وه ولې نتیجه ک هم منفي تاثیر لري خو معنالرونکي تاثیر ندی ځکه چې ($p > 0.05$).

ددې علاوه د ذکر شوو ادراک شوو گواښونو تاثیرونه په پرلیکه پېر په تصمیم باندې په لاندې شکل سره دي چې مالی ادراک شوي گواښ په پرلیکه پېر په تصمیم باندې منفي تاثیر لري خو معنادار ندی نو ($p > 0.05$)، همدارنگه فرض شوې وه چې د تولید ادراک شوی گواښ هم د پېر په پرلیکه تصمیم باندې منفي تاثیر لري خو د څېړنې نتیجه ښيي چې دا تاثیر مثبت او معنا لرونکی نه دی ($p > 0.05$). د ټولنیز ادراک شوي گواښ اړوند فرضیه هم منفي تاثیر لري خو معنا لرونکی دی ($p < 0.05$). د وخت ادراک شوی گواښ د فرضیې سره چې منفي تاثیر لري ولې څېړنه څرگندوي چې دا تاثیر یې مثبت اما معنالرونکی ندی ($p > 0.05$). او رواني ادراک شوی گواښ د فرضیې خلاف مثبت او معنالرونکی ($p > 0.05$) نه دی یعنې د پرلیکه پېر په اراده کې یې تاثیر معنالرونکی وو او امنیتي گواښ چې فرضیه یې منفي ذکر شوې وه ولې نتیجه کې هم منفي تاثیر لري خو معنالرونکي تاثیر ندی ($p > 0.05$). دا چې پدې څېړنه کې دا اهداف تعیین شوي وو چې زمونږ په افغاني ټولنه کې هم انلاين کاراوبار د ودې په حال کې دی نو ددې څېړنې اصلي موخه هم په افغانستان کې بالخصوص کابل ښار، پنځمه ناحیه کې د درک شوي گواښ تاثیر د انلاين پېرود پر اراده او تصمیم باندې درلودلو کچه څرگندول دي چې دهر متحول د ابعادو اړوند جزوي فرضیو له ازموینې څخه دا دا څرگنده شوه چې ذکر شوي گواښونه د انلاين پېر په اراده او تصمیم باندې په ټوله کې منفي تاثیر لري یعنې اصلي موخه ترلاسه شوې ده او د ادراک شوي گواښ او انلاين پېرود ارادې ترمنځ اړیکه منفي ده، د ادراک شوي گواښ او انلاين پېرود تصمیم ترمنځ اړیکه هم منفي ده.

۵. پایله اخیستنه

له وروستیو څو لسیزو څخه را پدېخوا په گران هیواد افغانستان کې پر لیکه پېر او پلور مخ په ودې دی نو په همدې پار دا څېړنه په همدې سکالو ترسره شوې ده چې هیواد والو د پر لیک پېر او پلور په تړاو موضوعات روښانه وي چې دې څېړنه کې د مالي گواښ، تولید گواښ، امنیتي گواښ، د وخت گواښ، ټولنیز گواښ، رواني گواښ تاثیرات په پر لیکه پېر په اراده او د پر لیکه پېر په تصمیم باندې څېړل شوي دي چې په اول قدم کې د پوښتنلیک اعتبار ترلاسه او چې تر تحلیل ورسته ددې متحولینو اعتبار په ټولیز شکل سره د ۶۰ عدد څخه ډیر دی چې دا مونږ ته ښی چې پوښتنلیک په کلی شکل د اعتبار وړ دی او همدارنگه د KMO عددي مقدار له ۰.۷۸۲ سره برابر دی چې دا د نموني د حجم د کفایت په معنی دی او د الفا د ۰.۰۵ په پام کې نیولو سره د کرویت بارتلت مقدار هم معنی دار دی؛ ښکاره کوي چې د څیړنې په ټولنه کې د ډاټا تر منځ تړلتیا صفر نده، مونږ په دې څېړنه کې د ټولو موثره عواملو له جملې څخه مو د څیړنې د په پام کې نیولو سره مونږ یواځې مالي گواښ، تولید گواښ، امنیتي گواښ، د وخت گواښ، ټولنیز گواښ، رواني گواښ تر تحلیل لاندې نیولي دي.

درک شوو گواښونو تاثیرونه په پر لیکه پېر په تصمیم باندې په لاندې شکل سره دي چې مالی ادراک شوي گواښ په پر لیکه پېر په تصمیم باندې منفي تاثیر لري خو معنادار ندی نو ($p > 0.05$). همدارنگه فرض شوې وه چې د تولید ادراک شوی گواښ هم د پېر په پر لیکه تصمیم باندې منفي تاثیر لري خو د څیړنې نتیجه ښی چې دا تاثیر مثبت او معنا لرونکی دی ($p < 0.05$). د ټولنیز ادراک شوي گواښ اړوند فرضیه هم منفي تاثیر لري خو معنا لرونکی ندی ($p > 0.05$). دا چې پدې څېړنه کې دا اهداف تعیین شوي وو چې زمونږ په افغاني ټولنه کې هم انلاین کاراوبار د ودې په حال کې دی نو ددې څیړنې اصلي موخه هم په افغانستان کې بالخصوص کابل ښار کې د درک شوي گواښ تاثیر د انلاین پېرود پر اراده او تصمیم باندې درلودلو کچه څرگندول دي چې د پورته فرضیو په اساس دا څرگنده شوه چې ذکر شوي گواښونه د انلاین پېر په اراده او تصمیم باندې په ټوله کې منفي تاثیر لري یعنې اصلي موخه ترلاسه شوې ده او د ادراک شوي گواښ او انلاین پېرود ارادې ترمنځ اړیکه منفي ده، د ادراک شوي گواښ او انلاین پېرود تصمیم ترمنځ اړیکه هم منفي ده. $OPD = 4.09 - 0.20 SRISK + 0.096$ $PSR - 0.033 FR + 0.002 PR - 0.10 SR + 0.12 TR$ څرنگه چې په ماډل کې ثابت عدد ۴.۰۹ دی نو دا څرگندوي چې کچیرته ذکر شوي گواښونو شتون ولری نو بیا هم پر لیکه پېر تصمیم شتون لري. همدارنگه یو سلنه تغیر امنیتي گواښ کې د ۰.۲۰ په اندازه د انلاین پېر د تصمیم باندې تاثیر کوي، یو سلنه تغیر د رواني تغیر کې د ۰.۰۹۶ سلنه تغیر په پر لیکه پېر په تصمیم کې رامنځته کيږي، یو سلنه تغیر په مالی گواښ کې د ۰.۰۳۳ سلنه په پر لیکه د پېر په تصمیم منفي تاثیر لري، د تولید گواښ کې یو سلنه تغیر د ۰.۰۰۲ سلنه په اندازه د انلاین تصمیم کې د زیاتوالی سبب کيږي او یو سلنه تغیر د وخت په گواښ کې د ۰.۱۲ سلنه په انلاین پېر په تصمیم کې زیاتوالی راولي.

۶- اخځليکونه

ترتبي دیجی کالا. (کنفرانس ملی الگوهای نوین در مدیریت کسب و کار با رویکرد حمایت از کارآفرینان ملی pp. ۱-۱۶). (ایران: اس ای دی.

ستراتیژیک پلان کمپته). ۱۴۰۱. (ستراتیژیک پلان پکتیکا: پکتیکا لوړو زده کړو مؤسسه.

سعیدا اردکانی, س & , جهانبازی, ن (۱۳۹۴). تاثیر تصویر فروشگاه بر قصد خرید مشتریان اعتماد, و ریسک درک شده به عنوان متغیرهای تعدیل کننده. فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین, ۵۳-۷۲.

شهرکی پور, ح. (۱۳۹۱). عوامل موثر بر افزایش کیفیت آموزشی دوره های کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد دانشکده علوم تربیتی. پژوهش در برنامه ریزی درسی, ۲(۹), ۱۱۸-۱۲۴.

شهرکی پور, ح. (1391). عوامل موثر بر کیفیت آموزشی دوره های کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد دانشکده علوم تربیتی, 9(2), 118-124.

شهرکی پور, ح. (1391). عوامل موثر بر کیفیت آموزشی دوره های کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد دانشکده علوم تربیتی, 9(2), 118-124.

شیرخدای, م., قاسمی همدانی, ا & , حبیب نژاد لوجندی, س). ۱۳۹۵. (بررسی تاثیر ارزش جمع کرایه, اعتماد, کیفیت و ریسک درک شده در قصد مصرف کننده به خرید محصولات ارگانیک (مطالعه ی موردی: مصرف کنندگان محصولات ارگانیک استان هرمزگان). پژوهش فرهنگی هرمزگان- فصلنامه علمی-ترویجی, ۱۷-۱.

صوری, م., حنیفی, ف., & ناظم, ف. (۱۳۹۹). بررسی وضعیت عوامل موثر بر کیفیت آموزشی در مدارس ابتدایی شهر تهران. تحقیقات مدیریت آموزشی, ۱(۱۲), ۲۷۷-۳۰۶.

عارفی, م., زندی, خ & , شهودی, م). ۱۳۹۰. (بررسی کیفیت رشته علوم تربیتی در دانشگاه کردستان بر اساس مدل های کانو و گسترش عملکرد کیفیت. اندیشه های نوین تربیتی, ۳(۸), ۱۲۵-۱۵۰.

عدلی وزارت). ۱۳۹۸. (د ملکی لوړو زده کړو قانون. کابل: رسمي جریده.

غنچي، م.، حسيني، س. & حجازي، ي. (۱۳۹۱). شناسايي و رتبه بندي مؤلفه های تبیین کننده کیفیت تدریس از دیدگاه اساتید پردیس های کشاورزي دانشگاه تهران. مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، ۵(۳)، ۴۱-۳۱.

فدایی بازقلعه، س. & غریبی، ح. (۱۴۰۰). تاثیر بازاریابی اینترنتی بر ریسک ادراک شده و اعتماد مشتری به خرید اینترنتی مورد مطالعه: فروشگاه اینترنتی دیجی کالا. فصلنامه رویکرد های پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۱۹-۱.

Abdigapbarova, U., & Zhiyenbayeva, N. (2022). Organization of Student-Centered learning within the Professional Training of a future teacher in a Digital Environment. Education and Information Technologies. doi:doi.org/10.1007/s10639-022-11159-5

BABURY, M., & HAYWARD, F. (2014). Afghanistan Higher Education: The Struggle for Quality, Merit, and Transformation. Planning for Higher Education Journal, 1-32.

Krishnan, S. (2015). Student-Centered Learning in a First Year Undergraduate Course. International Journal of Learning, Teaching and Educational Research, 88-95.

Raluca, g. (2015). Electronic word of mouth. advance journal of marketing , 43-56.

Zohrabi, M., Torabi, M., & Baybourdiani, P. (2012). Teacher-centered and/or Student-centered Learning: English Language in Iran. English Language and Literature Studies, 18-30. doi:10.5539/ells.v2n3p18

Abarna, K., Vijayalakshmi, v., & Andal, V. (2023). Impact of risk and trust on the purchase decision of online shopping customers . international journal of professional business review, 1-10.

Abraham Silberschatz, H. F. (2019) Database System Concepts (7th نسخه). New York: McGraw-Hill.

Aisyah, fitri, a., & syahbudin, f. (2021). Analysis of the effect of price and product reviews on online purchasing decisions through shopee in the midst of the covid 19 pendemic. jurnal ekonomi dan perbankan syariah, 17-47.

Al-azzam, a., & Mizeed, K. (2021). The effect of digital marketing on purchasing decisions: a case study in jordan. *journal of asian finance, economics, and business*, 453-462.

Amaral, F. G., & Cipolla-Neto, J. (2018). A brief review about melatonin, a pineal hormone. *Arch Endocrinol Metab*, 62(4), 472-9. doi:10.20945/2359-3997000000066

Andrew S.Tanenbaum, M. V. .(2007) *Distributed Systems Principles and Paradigms*2) nd .(نسخه) NJ United States of America: PEARSON.

andrian, a., & Selamat, F. (2021). the influence of consumer's percieved risk on consumer's online purchase intention in indonesia. *Advances in social science< educational and humaniites research*, 669-677.

Andrian, A., & Selamat, F. (2021). the influences of consumers percevied risk on consumers online purcjase intention in idoneisa. *advances in social scienc, education, and humanties research* , 669-678.

Arnao, M. (2014). *Phytomelatonin: Discovery, Content and role in Plants*. *Advances in Botany*, 2, e815769. doi:https://doi.org/10.1155/2014/815769

Arnao, M. B., & Hernández-Ruiz, J. (2006). The Physiological Function of Melatonin in Plants. *Plant Signaling & Behavior*, 1(3), 89-95. doi:10.4161/psb.1.3.2640

Arnao, M. B., & Hernández-Ruiz, J. (2008). Protective effect of melatonin against chlorophyll degradation during the senescence of barley leaves.

Journal of Pineal Research, 46(1), 58- 63. doi: 10.1111/j.1600-079X.2008.00625.x

Arnao, M. B., & Hernandez-Ruiz, J. (2018). Melatonin: A new plant hormone and/or a plant master regulator? *Trends in Plant Science*, 24(1), 38-48. doi:http://doi.org/10.1016/j.tplants.2018.10.010

Arnao, M., & Hernández-Ruiz, J. (2014). Melatonin: plant growth regulator and/or biostimulator during stress? *Trends in Plant Science*, 19(12), 789- 97. doi:10.1016/j.tplants.2014.07.006

Arnao, M., & Ruiz, J. H. (2018). Melatonin and its relationship to plant hormones. *Annals of Botany*, 121(2), 195- 207. doi:10.1093/aob/mcx114

Bachurin, S. (2001). Medicinal chemistry approaches for focused search of agents for Alzheimer's disease treatment and prevention. *Medicinal Research Reviews*, 23(1), 195- 7.

Badria, F. A. (2002, Jul` 7). Melatonin, serotonin, and tryptamine in some Egyptian food and medicinal plants. *Journal of Medicinal Food*, 5(3), 153- 7. doi:10.1098/10966200260398189.

Bajwa, V., Shukla, M., Sherif, S., Murch, S., & Saxena, P. (2014). Role of melatonin in alleviating cold stress in *Arabidopsis thaliana*. *Journal of Pineal Research*, 56(3), 238- 45. doi:10.1111/jpi.12115

Balogh, z., & Meszaros, K. (2020). consumer perceived risk by online purchasing: the experiences in Hungary. *sciendo*, 14-26.

Billing, D. (2004). International Comparisons and trends in External Quality assurance of Higher Education: Commonality or Diversity. *Higher Education*, 52(4), 687-709.

Brennan, J., & Shah, T. (2000). Quality assurance and Institutional change: Experiences from 14 Countries. *Higher Education*, 40(3), 331- 349.

Brennan, J., & Shah, T. (2010). Managing Quality in Higher Education. An International Prospective on institutional Assessment and Change. Buckingham: srhe university press.

Brzezinski, A. (1997) Melatonin in Humans. *New England Journal of Medicine* .95-186 ,(3)336 ,doi:10.1056/NEJM199701163360306

Cai, S.-Y., Zhang, Y., Xu, Y.-P., Qi, Z.-Y., Li, M.-Q., Ahammed, G. J., . . . Zhou, J. (2017). HsfA1a upregulates melatonin biosynthesis to confer cadmium tolerance in tomato plants. *Journal of Pineal Research*, 62(2). doi:10.1111/jpi.12387

Caniato, R., Filippini, R., Piovan, A., Puricelli, L., Borsarini, A., & Cappelletti, E. M. (2003). Melatonin in Plants. In *Advances in Experimental Medicine and Biology* (Vol. 527, pp. 593-7).

Chan, Z., & Shi, H. (2015). Improved abiotic stress tolerance of bermudagrass by exogenous small molecules. *Plant Signal Behav*, 10(3), e991577. doi: 10.4161/15592324.2014.991577

Chen, L., Fan, J., Hu, Z., Huang, X., Amombo, E., Liu, A., . . . Fu, J. (2017). Melatonin Is Involved in Regulation of Bermudagrass Growth and Development and Response to Low K⁺ Stress. *Front. Plant Sci*, 8, 2038. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpls.2017.02038>

Chen, t., samaranayake, p., cen, x., qi, m., & chen lan, y. (2022). The impact of online reviews on consumers purchasing decision: evidence from an Eye-tracking study. *frontier in psychology*, 1-13.

Chena, G., Huob, Y., Tanc, D.-X., Lianga, Z., Zhanga, W., & Zhang, Y. (2003). Melatonin in Chinese medicinal herbs. *Life Sciences*, 73(1), 19-26. Retrieved from [https://doi.org/10.1016/S0024-3205\(03\)00252-2](https://doi.org/10.1016/S0024-3205(03)00252-2)

cheng, y., huang, b., & zhong, j. (2023). the impact of online comments on other consumers purchase intention. *internation conference of finance trade and business* (pp. 569-571). *Advances in economics business and management research*.

Coto-Montes, A., & Hardeland, R. (1999). Antioxidative effects of melatonin in *Drosophila melanogaster*: Antagonization of damage induced by the inhibition of catalase. *Journal of Pineal Research*, 27(3), 154- 8. doi:10.1111/j.1600-079x.1999.tb00610.x

Debnath, B., Islam, W., Li, M., Su, Y., Lu, X., Mittr, S., . . . Qiu, D. (2019). Melatonin Mediates Enhancement of Stress Tolerance in Plants. *Int J Mol Sci*, 20(5), 1040. doi:10.3390/ijms20051040.

Durisova, M., Kucharcikova, A., & Tokarcikova, E. (2015). Assestment of Higher Education Teaching Outcomes (Quality of Higher Education). *Procedia - social and Behavioral Sciences*(116), 2085-2089.

Fan, J., Hu, Z., Xie, Y., Chan, Z., Chen, K., Amombo, E., . . . Fu, J. (2015). Alleviation of cold damage to photosystem II and metabolisms by melatonin in Bermudagrass. *Front. Plant Sci*, 6, 925. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpls.2015.00925>

Fan, J., Xie, Y., Zhang, Z., & Chen, L. (2018). Melatonin: A Multifunctional Factor in Plants. *International journal of Molecular Sciences*, 19(5), 1528. doi:10.3390/ijms19051528

Farhan, A., Hurriyati, R., & hendrayati, h. (2024). The effect of word of mouth on purchase intention. 432-440.

Gao, W., Feng, Z., Bai, Q., He, J., & Wang, Y. (2019). Melatonin-Mediated Regulation of Growth and Antioxidant Capacity in Salt-Tolerant Naked Oat under Salt Stress. *Int J Mol Sci*, 20(5), 1176. doi: 10.3390/ijms20051176

Gazali, A., & Y. S. Suyasa, P. (2019). The role of the perceived risk on purchase decision use online shopping technology. *Advances in social science, Education and humanities* , 375-378.

George, j. (2004). the theory of planed behavior and internet purchasing. *research gate*, 45-67.

Gerber, C., Ward, S., & Goedhals-gerber, L. (2014). The impact of perceived risk on online purchase behavior. *Risk governance of control financial markets and institutions*, 99-107.

Gerhard Weikum, G. V. (2002). *Transactional Information Systems Theory, Algorithms, and the Practice of Concurrency Control and Recovery*. San Francisco, CANADA: Morgan Kaufmann Publishers.

Geven,, K., & Santa, R. (2010). Student Centered Learning:A survey on the views of national unions of students and higher education staff. *European Comission*.

Goyal, D., Yadav, A., Prasad, M., Singh, T. B., Shrivastav, P., Ali, A., . . . Mishra, S. (2020). Effect of Heavy Metals on Plant Growth: An Overview. In *Contaminants in Agriculture* (pp. 79- 101).

Hamiti, M., Reka, R., & Imeri, F. (2015). The Impact of Computer Components in Enhacing the Quality of Tceaching and Learning Process in Universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(191), 2422-2426.

Hansini Rathnasiri, M. (2022). Impact of perceived risk on female consumers online purchase intention towards apparel products. *research gate*, 94-107.

Hardeland, R. (2015). Melatonin in plants and other phototrophs: advances and gaps concerning the diversity of functions. *Journal of Experimental Botany*, 66(3), 627– 46. Retrieved from <https://doi.org/10.1093/jxb/eru386>

Hardeland, R. (2016). Melatonin in Plants – Diversity of Levels and Multiplicity of Functions. *Frontiers in Plant Science*, 7, 918. doi:10.3389/fpls.2016.00198

- Hasan, M. K., Ahammed, G. J., Yin, L., Shi, K., Xia, X., Zhou, Y., . . . Zhou, J. (2015). Melatonin mitigates cadmium phototoxicity through modulation of phytochelatins biosynthesis, vacuolar sequestration, and antioxidant potential in *Solanum lycopersicum* L. *Front. Plant Sci.*, 6, 601. doi:10.3389/fpls.2015.00601
- Hazrati Havidz, H., & Mahaputra, M. (2020). Brand image and purchasing deccison: analysis of price, perception and promotion . Dinastipub publisher, 727-749.
- heranati, R., Amalia, n., perdana, t., & fahmi, M. (2020). Study on online purchase decision on the online shopee selling site. *Economics, bussines and governament challanges* , 14-23.
- Hernández-Ruiz, J., & Arnao, M. (2008). Melatonin stimulates the expansion of etiolated lupin cotyledons. *Plant Growth Regulation*, 55(1), 29- 34. doi:10.1007/s10725-008-9254-y
- Hinton, P. R., McMurray, I., & Brownlow, C. (2014). *SPSS explained*. New York: Routledge.
- Huizingh, E. (2007). *Applied statistics with SPSS*. London: Sage Publications.
- Iqbal, W. (2019). IMPACT OF PERCEIVED RISK ON COSTUMERS ONLINE PURCHASE INTENTION TOWARDS BRANDED APPAERLS. *JOURNAL OF MARKETING STRATEGIES*, 38-62.
- Iqbal, w. (2019). impact of perceived risk on customers online purchase intention towards branded apparels. *journal of marketing strategies*, 38-64.
- ishak, s., & Sugiharto elgeka, H. (2023). purchase decision making inventory . *jurnal psikologi*, 283-303.
- Jacoby, j. (1972). The components of perceivrd risk. *research gate*, 1-21.
- jain, r., & kulhar, m. (2019). Barriers to online shopping. *international journal of business information system*, 51-67.
- Judia, H., & Saharia, N. (2013). Student Centered Learning in Statistics: Analysis of Systematic Review. 13th International Educational Technology Conference (pp. 844-851). *Social and Behavioral Sciences*.

Jusuf, D., & Munandar, D. (2021). The effect of consumers behaviors and perception and perceived risk on purchase decision among online shop consumers. *Trikonomilka*, 91-98.

Karasek, M., & Winczyk, K. (2006). MELATONIN IN HUMANS. *JOURNAL OF PHYSIOLOGY AND PHARMACOLOGY*, 57, 19- 39. Retrieved from www.jpp.krakow.pl

Kolar, J., Johnson, C., & Machackova, I. (2003). Exogenously applied melatonin (N-acetyl-5-methoxytryptamine) affects flowering of the short-day plant *Chenopodium rubrum*. *Physiologia Plantarum*, 118(4), 605- 12. doi:10.1034/j.1399-3054.2003.00114.x

Kotler, p., Armstrong, g., & Balasubramanian, . (2024). Principle of marketing. In p. Kotler, g. Armstrong, & Balasubramanian, Principle of marketing (pp. 1-765). pearson.

Lee, H., Byeon, Y., & Back, K. (2014). Melatonin as a signal molecule