

الفرضية الرئيسية : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (05) – (a) للتجارة الإلكترونية بأبعادها (دعم المستهلك – تبادل المعلومات – تقييم المنتج ) على السلوك الشرائي للمستهلك في متاجر المواد الاستهلاكية والغذائية كبيرة الحجم في محافظة رام الله والبيرة. وتنبتق عن الفرضية الرئيسية ما يأتي: ١. لا يوجد دال إحصائي عند مستوى الدلالة (05) – (a) لأثر دعم المستهلك في السلوك الشرائي في متاجر المواد الاستهلاكية والغذائية كبيرة الحجم ؛ في محافظة رام الله والبيرة. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0). تبادل المعلومات، تقييم المنتج على السلوك الشرائي للمستهلك عبر التسويق بالمحتوى في متاجر المواد الاستهلاكية والغذائية كبيرة الحجم؛ ٥. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (05) للتسويق بالمحتوى على السلوك الشرائي في متاجر المواد الاستهلاكية والغذائية كبيرة الحجم ؛