



Original Research Article



## The impact of anxiety and stress on users' intention to make restaurant reservations through mobile applications

Fateme Dashtban<sup>\*1</sup> , Athena Rahe Hagh<sup>2</sup>

1- Master of Business Administration student, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran (Corresponding author)

2 Assistant Professor, Department of Business Administration, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article History

Date Received: 8 March 2025

Date Revised: 28 April 2025

Date Accepted: 24 May 2025

Date published: 6 July 2025

#### Keywords

Stress,  
anxiety,  
users' intention to make  
restaurant reservations.

#### Corresponding Author Email:

dashtbnfateme@gmail.com

Nowadays, people live in the era of new diseases such as stress and anxiety, and these diseases can affect users' decision-making about various products and services. Another important variable that can affect decision-making is the use of mobile applications for marketing purposes. However, despite the importance of the factors mentioned, relevant academic research on the effect of these variables on decision-making has been scarce. The present study investigated the effect of stress and anxiety on users' intention to reserve a restaurant through mobile applications among Snap Food users in Shahriar. The present study is a descriptive-survey type correlational research in terms of its applied purpose and data collection method. The statistical population of users with experience ordering from the Snap Food mobile application in Shahriar was selected in an indefinite number, the sample size for the unlimited population was 384 people based on the Cochran formula for the limited population, and was measured with an adapted questionnaire whose validity and reliability were confirmed. Descriptive statistics and SPSS 24 software were used to analyze demographic data and extract central indices, and structural equation modeling and PLS2 Smart software were used to analyze inferential statistics. The results showed that there is a relationship between stress and perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward use. However, the relationship between stress and anxiety, perceived usefulness, and attitude toward use, perceived usefulness, and stress, and other relationships proposed in the hypotheses were confirmed.

#### How to cite this article:

Dashtban, F., & Rahe Hagh, A. (2025). The impact of anxiety and stress on users' intention to make restaurant reservations through mobile applications. *Journal of Management Science Research*, 7(2), 91-114.



©2023 The author(s). This is an open access article distributed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC), which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source.

Publisher: Chatre Andisheh International Publishing Institute



## پژوهش های علوم مدیریت

Homepage: <https://Jomsr.ir>



### مقاله پژوهشی



# تأثیر اضطراب و استرس بر قصد کاربران برای رزرو رستوران به واسطه برنامه های تلفن همراه

فاطمه دشتبان\* <sup>۱</sup> ID، آتنا راه حق <sup>۲</sup> ID

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲- استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

### اطلاعات مقاله

#### سابقه مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۰۳

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۵

### واژه های کلیدی

استرس،

اضطراب،

قصد کاربران برای رزرو رستوران.

### چکیده

امروزه مردم در عصر بیماری های جدید مانند استرس و اضطراب زندگی می کنند و این بیماری ها می توانند بر تصمیم گیری کاربران در مورد محصولات و خدمات مختلف تأثیر بگذارند. متغیر مهم دیگری که می تواند بر تصمیم گیری تأثیر بگذارد، استفاده از برنامه های کاربردی تلفن همراه برای اهداف بازاریابی است. با این حال، علیرغم اهمیت عوامل ذکر شده، تحقیقات دانشگاهی مرتبط در مورد تأثیر این متغیرها بر تصمیم گیری کمیاب بوده است. مطالعه حاضر اثر استرس و اضطراب بر قصد کاربران برای رزرو رستوران از طریق برنامه های تلفن همراه در بین کاربران اسنپ فود در شهریار بررسی کرده است. پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی - پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری کاربران با تجربه سفارش از برنامه تلفن همراه اسنپ فود در شهریار به تعداد نامعین، تعداد حجم نمونه برای جامعه نا محدود بر اساس فرمول کوکران جامعه محدود ۳۸۴ نفر انتخاب و با پرسشنامه اقتباسی که روایی و پایایی آن تأیید شده مورد سنجش قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده های جمعیت شناختی و استخراج شاخص های مرکزی از آمار توصیفی و نرم افزار SPSS ۲۴ و برای تجزیه و تحلیل آمار استنباطی از مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار PLS2 Smart استفاده شده است. نتایج نشان داده است که رابطه بین استرس و سودمندی درک شده و سهولت استفاده درک شده و نگرش نسبت به استفاده وجود دارد. اگرچه رابطه بین استرس و اضطراب، سودمندی درک شده و نگرش نسبت به استفاده، سودمندی درک شده و استرس و سایر روابط مطرح شده در فرضیه ها تأیید شده است.

ایمیل نویسنده مسئول

[dashtbnfateme@gmail.com](mailto:dashtbnfateme@gmail.com)

استناد به این مقاله: دشتبان، فاطمه و راه حق، آتنا. (۱۴۰۴). تأثیر اضطراب و استرس بر قصد کاربران برای رزرو رستوران به واسطه برنامه های تلفن همراه. پژوهش های علوم

مدیریت، ۷(۲)، ۹۱-۱۱۴.

ناشر: موسسه انتشارات بین المللی چتر اندیشه



Creative Commons: CC BY 4.0