



**The influence of the propensity to trust on mobile users' attitudes toward in-app advertisements: An extension of the theory of planned behavior**

Millissa F.Y. Cheung <sup>a,\*</sup>, W.M. To <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Department of Business Administration, Hong Kong Shue Yan University, Hong Kong SAR, People's Republic of China.

<sup>b</sup> School of Business, Macao Polytechnic Institute, Macao SAR, People's Republic of China

Email addresses: [fychung@hksyu.edu](mailto:fychung@hksyu.edu) (Millissa F.Y. Cheung); [wmtto@ipm.edu.mo](mailto:wmtto@ipm.edu.mo) (W.M. To)

\* Corresponding author. Millissa F.Y. Cheung

Department of Business Administration, Hong Kong Shue Yan University,  
Hong Kong SAR, People's Republic of China.

Tel.: +852 28065107; fax: +852 28068044.

E-mail: [fychung@hksyu.edu](mailto:fychung@hksyu.edu)

متن کامل مقاله

دریافت فوری ←

**ISI**Articles

مرجع مقالات تخصصی ایران

- ✓ امکان دانلود نسخه تمام متن مقالات انگلیسی
- ✓ امکان دانلود نسخه ترجمه شده مقالات
- ✓ پذیرش سفارش ترجمه تخصصی
- ✓ امکان جستجو در آرشیو جامعی از صدها موضوع و هزاران مقاله
- ✓ امکان دانلود رایگان ۲ صفحه اول هر مقاله
- ✓ امکان پرداخت اینترنتی با کلیه کارت های عضو شتاب
- ✓ دانلود فوری مقاله پس از پرداخت آنلاین
- ✓ پشتیبانی کامل خرید با بهره مندی از سیستم هوشمند رهگیری سفارشات