

عنوان مقاله:

بررسی نقش میانجی رضایت مشتری در رابطه بین اخلاق حرفه ای فروشنده با تعهد مشتری در فروشگاه های لوازم ورزشی گرگان

محل انتشار:

ششمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

اسماعیل دل داده مهربان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت اماکن و تاسیسات ورزشی، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

ابراهیم دل داده مهربان - کارشناسی ارشد مدیریت بازاریابی، واحد الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمد رضا قمری - دانشجوی کارشناسی علوم ورزشی، موسسه غیرانتفاعی شمس، گنبد کاووس، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این تحقیق، بررسی نقش میانجی رضایت مشتری در رابطه بین اخلاق حرفه ای فروشنده با تعهد مشتری در فروشگاه های لوازم ورزشی شهر گرگان بود. روش تحقیق این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی می باشد که به صورت میدانی اجرا شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه فرو شگاه های لوازم ورزشی شهر گرگان بودند که با توجه به نام شخص بودن تعداد آنان بالاترین حجم نمونه بر طبق جدول کرجسی و مورگان به تعداد 384 نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع آوری داده های تحقیق از پرسشنامه استفاده شد. بدین منظور برای متغیرهای رضایت و تعهد مشتری از پرسشنامه های طراحی شده توسط دوبیسی 1 (2007) و برای متغیر اخلاق حرفه ای در فروش از پرسشنامه های رومن و رویز 2005 و چن و مائو 2009 استفاده شده است. روایی صوری و محتوایی آنها توسط اساتید و متخصصین ورزشی مورد تایید قرار گرفت. پایایی پرسشنامه ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب 0/842، 0/868، 0/791 بود. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های کولموگروف اسمیرنوف، و مدلسازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار لیزرل 8/80 استفاده گردید. نتایج آزمون مدلسازی معادلات ساختاری نیز نشان داد که بین اخلاق حرفه ای فروشنده و رضایت مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، همچنین بین اخلاق حرفه ای فروشنده و تعهد مشتری نیز رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و رضایت مشتری در رابطه بین اخلاق حرفه ای فروشنده و تعهد مشتری نقش میانجی دارد.

کلمات کلیدی:

اخلاق حرفه ای فروشنده، رضایت مشتری، تعهد مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1031632>

