

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تجربه مشتری بر قصد خرید مجدد با نقش میانجی اعتماد مشتریان (فروشگاه های افق کوروش آذربایجان شرقی)

## محل انتشار:

سومین همایش سراسری علم و فناوری هزاره سوم اقتصاد، مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

مرسده درخشان فر - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بین الملل، مدیر عامل شرکت ارتباط سازان موج افرا،

مرتضی نیکونژادکومله - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، کارمند بانک مسکن

بهروز پیریزاده - گروه مدیریت، واحد اهر، دانشگاه آزاد اسلامی، اهر، ایران

رسول وظیفه - گروه مدیریت بازرگانی، واحد پارس آبادمغان، دانشگاه آزاد اسلامی، پارس آبادمغان، ایران

## خلاصه مقاله:

تجربه مشتری باید شامل تعامل با افراد، فرآیندها یا سیستم سازمان باشد. اجرای برنامه مدیریت تجربه مشتری فرایندی خلاقانه و تحلیلی است که روی استراتژی و عملکرد متمرکز است. قصد خرید مجدد به معنای قضاوت فردی درباره خرید مجدد یک خدمت تعیین شده با در نظر گرفتن شرایط فعلی و وضعیتهای مشابه از همان شرکت است. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تاثیر تجربه مشتری بر قصد خرید مجدد با نقش میانجی اعتماد مشتریان بوده و چارچوب نظری تحقیق حاضر متغیر مستقل تجربه مشتری و متغیر وابسته قصد خرید مجدد، متغیر میانجی اعتماد مشتریان انتخاب شده، جامعه آماری شامل کارکنان فروشگاههای افق کوروش آذربایجان شرقی میباشد و نمونه آماری جهت سنجش گویه های تحقیق بر اساس روش شناسی مدلیابی معادلات ساختاری، برابر با ۲۴۳ نفر برآورد گردیده است. به منظور آزمون فرضیه های تحقیق از پرسشنامه استاندارد تجربه مشتری بر اساس مدل زاراتونلو و اشمیت در ۴ بعد و ۱۲ گویه و پرسشنامه قصد خرید مصرف کننده (دیالو) با ۳ گویه و پرسشنامه اعتماد مشتریان (گیونزی و همکاران) با ۳ گویه استفاده شده است. فرضیه های تحقیق با استفاده از نرم افزارهای SMART PLS 3 و SPSS و با روش مدلسازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد که تجربه مشتری بر قصد خرید مجدد مشتریان و همچنین بر اعتماد مشتریان تاثیر مثبت داشته و اعتماد مشتریان تاثیر تجربه مشتری بر قصد خرید مجدد را میانجی می کند

## کلمات کلیدی:

تجربه مشتری، قصد خرید مجدد مشتریان، اعتماد مشتری، فروشگاههای افق کوروش آذربایجان شرقی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1117044>

