

عنوان مقاله:

بررسی کیفیت تصمیم دریافت شده و وفاداری مشتری و تاثیر عوامل بازدارنده بر آنها

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

الهام فروزنده - کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، گرایش تجارت الکترونیک، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

الهام فریدچهر - استادیار، گروه مدیریت، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در اقتصاد جدید جهانی، ارائه دهندگان خدمات در حال رقابت برای توسعه و حفظ مشتریان از طریق افزایش رضایت و وفاداری هستند. از این رو هدف تحقیق بررسی کیفیت تصمیم دریافت شده و وفاداری مشتری و تاثیر عوامل بازدارنده بر آنها می باشد. در پژوهش حاضر، پس از بررسی تاریخچه موضوع، فریبندگی، سرریز اطلاعات، کیفیت تصمیم، درگیری ذهنی فرآیند تصمیم گیری، خدمت مشتری، وفاداری مشتری، ارزش های عملکردی، ارزش های اجتماعی، به تفصیل بررسی شده است. جامعه آماری این تحقیق تمامی مشتریان شرکت دیجی کالا در شهر تهران می باشند. بدین منظور تعداد ۴۰۰ پرسشنامه به عنوان حجم نمونه که به روش تصادفی از بین جامعه آماری انتخاب شده اند، جمع آوری گردیده است. ابزار گردآوری داده های تحقیق حاضر پرسشنامه است که پایانی پرسشنامه تحقیق حاضر با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفته که به میزان ۰/۹۵۳ حاصل شده است. روایی ابزار تحقیق نیز با انجام تکنیک تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفته است. همچنین جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش مدل یابی معادلات ساختاری استفاده گردیده است. در این مطالعه همچنین به این نتیجه می توان دست یافت که به کارگیری قابلیت ها و ظرفیت های رسانه های اجتماعی و به خصوص توصیه آنلاین محصول می تواند نقش مهمی را در این امر ایفا کند.

کلمات کلیدی:

عوامل بازدارنده، فریبندگی، کیفیت تصمیم دریافت شده، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1235039>

