

عنوان مقاله:

ارزیابی تاثیر کیفیت خدمات خرده فروشی بر ارتباط شفاهی و دهان به دهان با توجه به نقش تعهد عاطفی و مستمر

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسنده:

محمد بنفشه - دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش ارزیابی تاثیر کیفیت خدمات خرده فروشی بر ارتباط شفاهی و دهان به دهان با توجه به نقش تعهد عاطفی و مستمر در بین فروشندگان خرده فروشی شهر قم بود. پژوهش حاضر از نظر هدف، تحقیق کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات نیز، این تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مشتریان فروشندگان خرده فروشی شهر قم بوده است. با توجه به فورمول کوکران نامحدود، تعداد نمونه مورد نیاز ۲۵۶ نفر برآورد گردید. جهت نمونه گیری از روش نمونه گیری تصادفی ساده، استفاده شده است. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامهها بخشی و دویی (۲۰۲۰) بوده که شامل ۲۴ پرسش بوده است. جهت بررسی روایی سازه از سه شاخص پایایی مرکب، متوسط واریانس استخراج شده و بار عاملی استفاده گردید و جهت سنجش پایایی و قابل اعتماد از ضریب آلفای کرونباخ با استفاده از نرم افزار LISREL، که بیش تر از ۰,۷ محاسبه گردید، استفاده شد. نتایج یافته ها نشان داد که کیفیت خدمات خرده فروشی بر ارتباط شفاهی و دهان به دهان با توجه به نقش تعهد عاطفی و مستمر تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت مشتری، تعهد عاطفی، تعهد مشتری، ارتباط شفاهی و دهان به دهان.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1564763>

