

## عنوان مقاله:

شناسایی و رنکینگ میزان تاثیر متغیرها و شاخص های رفتاری سبک های زندگی بر تصمیم گیری های خرید و درگیری های ذهنی پس از خرید مطالعه موردی: خانم های جوان با منابع مالی و درآمدی

## محل انتشار:

فصلنامه اقتصاد مالی، دوره 17، شماره 62 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

سید محمد تقی حسینی کیا - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

وحید رضا میرابی - گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

چکیده هدف اصلی تحقیق، شناسایی و رنکینگ میزان تاثیر متغیرها و شاخص های رفتاری سبک های زندگی بر تصمیم گیری های خرید و درگیری های ذهنی پس از خرید خانم های جوان با منابع مالی و درآمدی بالا در شهر تهران می باشد. روش تحقیق: ۱۰۰ متغیر رفتاری از طریق گروه دلفی شناسایی گردید. تحقیق از نظر روش، توصیفی - پیمایشی، از نظر هدف کاربردی بوده، روش گردآوری داده های به صورت میدانی از طریق پرسشنامه با طیف لیکرت و روایی و پایایی مورد تایید انجام گرفته است. حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر تعیین گردید. یافته ها: بعد از تحلیل داده ها تمامی فرضیه ها تایید شدند و به ترتیب زیر بیشترین تاثیر را بر تصمیم گیری خرید خانم ها داشته اند: سبک های رفتاری خود فریبی (۱) کامیابان (۲)، رفتار گله ای یا توده وار (۳)، اثرهاله ایی (۴)، سفسطه قماربازان (۵)، شکاف رفتاری (۶)، آرمان گرایی (۷)، واقع گرایی (۸)، لنگر انداختن (۹)، فرافکنی (۱۰). نتیجه گیری: نتایج نشان می دهد که تصمیماتی که بر اساس متغیرهای رفتاری گرفته می شود دارای رضایت بیشتر و ناسازگاری ادراکی شناختی، درگیری ذهنی و تنش های روانی پس از خرید کمتری دارند

## کلمات کلیدی:

واژه های کلیدی: متغیرهای رفتاری سبکهای زندگی، تصمیم گیریهای خرید، درگیریهای ذهنی پس از خرید طبقه بندی: JEL M۳۱، D۲۱، D۹۱

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1620058>

