

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر نگرش مشتریان بر وفاداری در خرید از فروشگاه های زنجیره ای با نقش میانجی کیفیت ارائه خدمات

محل انتشار:

اولین کنفرانس تحقیقات کاربردی علوم انسانی در مدیریت، مهندسی صنایع، اقتصاد و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

رضا پیرایش - دانشیار گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان

الهام علی حسینی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه زنجان

میلاذ باقری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته بازاریابی، دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

وفاداری مشتریان یکی از موضوع هایی است که امروزه از دیدگاه بسیاری از مدیران به علت فضای رقابتی حاکم از جایگاه ویژه ای برخوردار است. از طرفی یکی از چالش های بزرگ سازمان های خدماتی، کیفیت عالی خدمات و جلب رضایت مشتری است چرا که، کارکنان برای ارائه خدمات، با مشتریان در تعامل بوده و کیفیت این تعامل سبب تمایز سازمان ها می شود. هدف از این پژوهش بررسی رابطه بین نگرش مشتری، کیفیت ارائه خدمات و وفاداری مشتری است. جامعه آماری این پژوهش شامل مشتریان خرده فروشی افق کوروش واقع در شهر زنجان می باشد. از آن جا که حجم جامعه مورد نظر نامحدود است، حجم نمونه، طبق جدول کرجسی و مورگان برای جوامع نامحدود، با سطح خطای ۵ درصد برابر با ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. روش نمونه گیری در دسترس برای جمع آوری داده ها انتخاب شد. برای آزمایش روابط بین متغیرهای تحقیق، از مدل معادلات ساختاری (SEM) با نرم افزار PLS استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که، نگرش مشتری به طور مستقیم و غیرمستقیم از طریق متغیر کیفیت ارائه خدمات، بر وفاداری و استمرار خرید مشتری تاثیر مثبت و معناداری می گذارد. به طور کلی، نتایج تحقیق به درک ماهیت رفتار خرید خرده فروشی کمک می کند.

کلمات کلیدی:

نگرش مشتری، کیفیت ارائه خدمات، وفاداری مشتری، خرده فروشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1625456>

