

عنوان مقاله:

بررسی رابطه رضایت مشتری بر شیفتگی به برند در فروشگاههای افق کوروش استان لرستان

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

محسن اشکیوس - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی-بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

حجت طاهری گودرزی - گروه مدیریت دولتی، واحد بروجرد، دانشگاه آزاد اسلامی، بروجرد، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی بررسی رابطه رضایت مشتری بر شیفتگی به برند در فروشگاههای افق کوروش استان لرستان انجام شده است. پژوهش حاضر از نوع پژوهشهای توصیفی- پیمایشی میباشد. روش پژوهش توصیفی- پیمایشی بود. جامعه آماری پژوهش را مشتریان فروشگاه های افق کوروش استان لرستان تشکیل دادند که به دلیل نامحدود و نامعلوم بودن جامعه آماری تعداد ۳۸۴ نفر به دو روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای و روش غیر احتمالی در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند حجم نمونه برای جامعه نامحدود ۳۸۴ نفر انتخاب شد. ابزار پژوهش پرسشنامه های استاندارد بازاریابی اکتشافی کیم و آتوهانه گیما (۲۰۱۰) رضایت مشتری لانگ وو (۲۰۱۳) و شیفتگی به برند باترا و همکاران (۲۰۱۲) بود که روایی سازه و پایایی آنها مورد تایید قرار گرفت. داده ها با نرم افزار SPSS۲۳ و SMART PLS۲ تحلیل شدند؛ کیفیت مدل اندازه گیری با cv.com و مدل ساختاری با cv.red تایید شدند. با توجه به شاخص GOF کیفیت مدل نهایی پژوهش ۰/۳۴۷ به دست آمد که نشان از برازش قوی مدل دارد. یافته های ۰/۱۶۹ و رضایت مشتری ضریب مسیر (۰/۱۳۱) بر شیفتگی به برند مشتریان تاثیر گذار است. با توجه به نتایج این مطالعه لزوم توجه مدیران فروشگاه های افق کوروش جهت اتخاذ تصمیماتی به منظور گسترش شناخت بازاریابی اکتشافی دانش و رضایت بیشتر مشتریان برای افزایش شیفتگی به برند در میان مشتریان ضروری به نظر میرسد.

کلمات کلیدی:

دانش مشتری، رضایت مشتری، شیفتگی به برند، فروشگاه افق کوروش استان لرستان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1753471>

