

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ادراک مشتری از استراتژی های عاطفی فروشنده بر وفاداری مشتری

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

حسین رحیمی کلور - دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، ایران

علی بخشی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، ایران

قاسم زارعی - دانشیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، ایران

خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر ادراک مشتری از استراتژی های عاطفی فروشنده بر وفاداری مشتری در فروشگاههای زنجیره ای کوروش استان اردبیل می باشد. جامعه آماری این پژوهش مشتریان فروشگاههای زنجیره ای کوروش استان اردبیل می باشد. با توجه به اینکه تعداد جامعه آماری نامحدود (غیر قابل شمارش) می باشد، بنابراین حجم نمونه ۳۸۴ نفر بدست آمده است. از جدول مورگان برای تخمین حجم نمونه و از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. در این پژوهش پایایی پرسشنامه ها به روش آلفای کرونباخ به میزان (۰.۷۲۵) می باشد و جهت آزمون فرضیه ها و تجزیه و تحلیل دادهها از نرم افزارهای ۲۶ smartPLS، SPSS استفاده شده است. نتایج نشان داد که ادراک مشتری از استراتژی های عاطفی فروشنده بر وفاداری مشتری تاثیر دارد. بررسی شاخص های برازش نشان داد که مدل کلی تحقیق از برازش خوبی برخوردار می باشد.

کلمات کلیدی:

ادراک مشتری از استراتژی های عاطفی فروشنده، وفاداری مشتری، فروشگاههای زنجیره ای کوروش.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1861527>

