

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر وفاداری مشتریان با میانجی گری تحقیق و توسعه

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

هما درودی - دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

فرحناز کشت کاررجی - دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر بازاریابی سبز بر وفاداری مشتریان با میانجی گری تحقیق و توسعه است. این پژوهش کاربردی و از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش مصرف کنندگان محصولات ارگانیک در شمال تهران است. با توجه به نامشخص بودن حجم جامعه، حجم نمونه بر اساس جدول مورگان ۳۸۴ نفر و روش نمونه گیری در دسترس است. در این پژوهش از پرسشنامه ۱۸ سوالی استفاده شد. در ارتباط با رویی پرسشنامه ها از رویی صوری و در ارتباط با پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که میزان آن ۰.۷۹۶ بدست آمد. در ادامه جهت بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون K-S استفاده شد. جهت بررسی اعتبار مدل از شاخص های نکویی برازش و در ارتباط با بررسی فرضیات نیز از معادلات ساختاری و تحلیل مسیر با نرم افزار Smart PLS استفاده شد. نتایج نشان داد همفرضیات پژوهش تایید شد و بازاریابی سبز بر وفاداری مشتریان با میانجی گری تحقیق و توسعه تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

بازاریابی سبز، وفاداری مشتریان، تحقیق و توسعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1970418>

