

## عنوان مقاله:

تاثیر تجربه خرید با نقش میانجی نوآوری در خدمات بر رفاه خرید، وفاداری مشتریان و رونق‌مجموعه‌های تجاری

## محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین‌المللی چشم‌اندازهای نوین در مدیریت، حسابداری و کارآفرینی (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

امین مهاجر شرقی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران - ایران.

## خلاصه مقاله:

هدف از انجام این پژوهش تاثیر تجربه خرید بر رفاه خرید و وفاداری مشتریان و رونق مجتمع‌های تجاری بانقش میانجی کانال‌های همه‌جانبه بود. روش تحقیق به لحاظ ماهیت از نوع کمی، به لحاظ هدف از نوع کاربردی و به لحاظ نحوه گردآوری داده از نوع توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری این پژوهش راجعه‌کنندگان به مجتمع تجاری آواجنرال تشکیل می‌دهد که با توجه به نامعلوم بودن تعداد آن‌ها، نمونه‌آماري برای جامعه نامحدود طبق جدول مورگان و کرجسی برابر با ۳۸۴ نفر بود و به صورت نمونه‌گیری تصادفی انتخاب گردید. لازم به ذکر است که با توجه به توزیع تعداد ۴۰۰ پرسشنامه، در نهایت ۳۹۲ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار اندازه‌گیری پژوهش را پرسشنامه‌های رفاه خرید، تجربه خرید، وفاداری مشتری، نوآوری در خدمات و پرسشنامه کانال‌های همه‌جانبه تشکیل می‌داد که روایی محتوایی و پایایی آن در پژوهش‌های گذشته و در این پژوهش مورد تایید قرار گرفت. برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف و شاپیرو-ویلک استفاده گردید و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و فرضیه‌های تحقیق از آزمون تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم و از طریق نرم افزارهای SPSS و Smart pls استفاده گردید. نتایج نشان داد که تاثیر مولفه‌های تجربه خرید بر وفاداری مشتریان و رونق مراکز تجاری با هدف مطالعه در مرکز تجاری آواجنرال با نقش میانجی نوآوری در خدمات مورد تایید قرار می‌گیرد.

## کلمات کلیدی:

تجربه خرید، وفاداری مشتریان، نوآوری در خدمات، مجتمع تجاری آواجنرال

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2052519>

