

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین ویژگی های فروشگاههای خرده فروشی با دلبستگی به برند، رضایت مشتری و تبلیغات دهان به دهان

## محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

## نویسندگان:

اسماعیل ملک اخلاق - استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه گیلان

محمد دوستار - استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت دانشگاه گیلان

زهرا مهریاری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه گیلان

## خلاصه مقاله:

با توجه به جایگاه و اهمیت فروشگاههای خرده فروشی در سیستم توزیع کشور و افزایش تعدادشان، این مقاله باهدف شناسایی تاثیر ویژگیهای فروشگاه خرده فروشی بر رضایت مشتری و دلبستگی مشتری به برند فروشگاه و همچنین تاثیر این متغیرها بر تبلیغات دهان به دهان از سوی مشتریان انجام گرفت. تعداد 393 پرسشنامه از میان مشتریان فروشگاههای شهروند شهر تهران که جامعه آماری پژوهش را تشکیل می دادند به صورت تصادفی ساده جمع آوری گردید و به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SmartPLS استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها حاکی از آن است که ویژگی های فروشگاه خرده فروشی بر رضایت مشتری و دلبستگی او به برند فروشگاه تاثیر مثبت دارد و همچنین بر افزایش تبلیغات دهان به دهان از سوی مشتری موثر است. رضایت مشتری بر دلبستگی وی به برند فروشگاه و انجام تبلیغات دهان به دهان تاثیر مثبت دارد. همچنین این نتیجه حاصل شد که دلبستگی مشتری به برند فروشگاه خرده فروشی موجب افزایش انجام تبلیغات دهان به دهان از طرف مشتری خواهد شد

## کلمات کلیدی:

فروشگاه خرده فروشی، رضایت مشتری، دلبستگی به برند، تبلیغات دهان به دهان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378961>

