

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین تصمیم گیری خرید و شخصیت (مشتریان فروشگاه های پوشاک شهرستان گنبد کاووس)

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و دومین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

رامین مختارزاده - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

سعید بقایی - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی رابطه ی تصمیم خرید با شخصیت در مشتریان فروشگاه های پوشاک انجام گرفت. طرح پژوهش او نوعتوصیفی و همبستگی بود جامعه ی آماری شامل مشتریان فروشگاه های پوشاک شهرستان گنبد کاووس بود که به روش کاملاً تصادفی نمونه ایبه حجم 384 نفر انتخاب گردید ابزارهای پژوهش پرسشنامه استاندارد تصمیم خرید سوده و پرسشنامه استاندارد پنج عامل اصلی شخصیتبه مورد استفاده قرار گرفت به دلیل استاندارد بودن لذا روایی سازه های اندازه گیری متغیرهای مربوطه در سطح معناداری 0/050 تأیید میگردد منظور تجزیه و تحلیل داده ها او شاخص های آمار توصیفی او جم ه میانگین و انحراف معیار و نیز معادلات ساختاری با استفاده او نرم افزار لیزرلاستفاده گردید تحلیل نتایج نشان داد که بین عوامل تصمیم خرید و شخصیت رابطه ی معناداری وجود دارد

کلمات کلیدی:

تصمیم خرید، شخصیت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428392>

