

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین وفاداری مشتریان با نیت پس از خرید (مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه فرهنگیان شهرستان علی آباد کتول)

محل انتشار:

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

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مهدی زنگانه - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

فریبا خمر - گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی علی آباد کتول، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه عصر وفاداری بوده و ادبیات بازاریابی نشان میدهد که رضایت مندی کلید نهایی برای دستیابی به موفقیت و سودآوری نمیشد، بلکه درحقیقت، مفاهیم بازاریابی که تا دیروز بر این مفهوم تاکید میکردند، دیگر آنرا به رسمیت نمیشناسند و امروزه تنها مشتری شادمان، با حستعلق خاطر، برای سازمانها، سرمایه به شمار میرود و سودآوری بلندمدت برای کسب وکار به همراه دارد لذا این تحقیق به بررسی رابطه بینوفاداری مشتریان با نیت پس از خرید آنها در فروشگاه فرهنگیان شهرستان علی آباد کتول در 6 ماهه اول سال 3131 میپردازد. تحقیق حاضر از لحاظ ماهیت موضوع از نوع تحقیقات میدانی و از نظر هدف تحقیق کاربردی است و از نظر روش تحقیق توصیفی، همبستگی و پیمایشیمحسوب میگردد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری با استفاده از فرمول کوکران 384 نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونهانتخاب شد و نتایج تحقیق نشان داد که ارتباط معناداری بین وفاداری و نیت پس از خرید مشتریان وجود دارد

کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، نیت پس از خرید مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/428434>

