

عنوان مقاله:

رابطه رضایت مشتری و ارزش ادراک شده با نیت رفتاری مطلوب و نامطلوب مشتریان شرکت کاله

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی پژوهشهای نوین در مدیریت و مهندسی صنایع (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مجتبی قیاسی - نویسنده مسئول

محمدعظیم خدایاری - مشاور

مریم السادات موسوی - دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی- گرایش بیمه دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر بررسی رابطه رضایت مشتری و ارزش ادراک شده با نیت رفتاری مطلوب و نامطلوب مشتریان در شرکت کاله بوده است که بدین منظور 385 نفر از مشتریان شرکت کاله که در سال 1394 در شهر تهران اقدام به خرید محصولات کاله نموده اند، به روش نمونه گیری خوشه ای به عنوان نمونه تحقیق انتخاب و به پرسشنامه تحقیق پاسخ گفتند. روایی محتوایی این پرسشنامه به تأیید خبرگان این حوزه رسیده و میزان پایایی آن نیز به کمک آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. در پایان داده های به دست آمده از پرسشنامه های تحقیق به کمک آزمون رگرسیون خطی مورد تحلیل قرار گرفته و نتایج نشان داد که رضایت مشتری با خرید مجدد خدمت و توصیه خرید به دیگران رابطه مستقیم و با قصد شکایت مشتری رابطه معکوس دارد. نتایج همچنین نشان داد که ارزش ادراک شده با خرید مجدد خدمت و توصیه خرید به دیگران رابطه مستقیم و با قصد شکایت مشتری رابطه معکوس دارد

کلمات کلیدی:

رضایت مشتری، ارزش ادراک شده، نیت رفتاری، شرکت کاله

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/435230>

