

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تاکتیک های کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان در فروشگاه های موبایل شهر شیراز

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و دومین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

رامین مهرپور - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت

منصور امینی لاری - عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر تاکتیک های کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان در فروشگاه های موبایل شهر شیراز می باشد. متغیر وابسته در این تحقیق وفاداری مشتریان و متغیر مستقل آن کیفیت رابطه می باشد که متغیر مستقل از طریق مولفه های ذهنی ترند، کیفیت خدمات درک شده، احساسات مشتریان و اعتماد مشتریان مورد سنجش قرار می گیرد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی است. پژوهشگر فروشگاه های موبایل شهر شیراز را به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته است. جامعه آماری پژوهش نامحدود بوده، اما از طریق جدول مورگان تعداد 384 نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردیده است. پرسشنامه ها بر اساس نمونه گیری به صورت غیر تصادفی، بین افراد جامعه توزیع گردیده است. در این پژوهش از دو پرسشنامه استاندارد کیفیت رابطه (ملکی) 1394 (و وفاداری مشتریان آناند و همکاران) 2011 (استفاده شده است. روایی پرسشنامه ها از طریق محتوایی حاصل شد و پایایی پرسشنامه ها از طریق ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از تجزیه و تحلیل رگرسیونی و مدل معادلات ساختاری و از نرم افزار اس پی اس اس و لیزرل استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان تاثیر معناداری دارد و از طرفی مولفه های ذهنی ترند، کیفیت خدمات درک شده، احساسات مشتریان و اعتماد مشتریان نیز بر وفاداری مشتریان تاثیر معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

کیفیت رابطه، وفاداری مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/501182>

