

عنوان مقاله:

تحلیل اثر ارزش های خرید بر رضایتمندی مشتریان در خریدهای اینترنتی مورد مطالعه: شرکت درخت طلایی سودای شرق

محل انتشار:

ششمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

شهریار زورکی - استادیار گروه اقتصاد دانشگاه مازندران

لادن داوری - کارشناس ارشد، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل، بابل، ایران

خلاصه مقاله:

اینترنت جدیدترین رسانه جهت تبادل اطلاعات و مبادلات الکترونیکی می باشد که شمار کاربران آن امروزه افزایش چشم گیری داشته است. باتوجه به اهمیت روزافزون خریدهای اینترنتی و فراگیر شدن آن مطالعه پژوهش حاضر در سال 95 با هدف بررسی تاثیر ارزش خریدهای اینترنتی بر رضایتمندی مشتریان انجام گرفته است. جامعه آماری این پژوهش شامل 200 نفر از مشتریان شرکت درخت طلایی سودای شرق بوده و نمونه آماری نیز با استفاده از روش تصادفی و جدول مورگان شامل 127 نفر است. نتایج پژوهش نشان میدهد که ارزش های خرید سودمندگرایانه لذت-گرایانه در خرید اینترنتی بر رضایت مندی مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج حاصله در برآورد رگرسیونی نیز تایید شد

کلمات کلیدی:

خرید اینترنتی، ارزش خرید سودمندگرایانه، ارزش خرید لذت گرایانه، رضایتمندی مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/636988>

