

عنوان مقاله:

شخصیت، رضایت، ذهنیت، تزیینات داخلی، و وفاداری: آزمایش روابط آنها در صنعت هتلداری (مطالعه موردی هتل نارنجستان در استان مازندران)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی کاربرد پژوهش های نوین در علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

فرشاد سیفی - مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی فروردین، قایمشهر، ایران

زین العادین رحمانی - مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، ساری، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر شخصیت، رضایت، ذهنیت، تزیینات داخلی، و وفاداری: آزمایش روابط آنها در صنعت هتلداری می باشد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی- پیمایشی است. جامعه آماری در پژوهش حاضر، شامل کلیه مشتریان هتل نارنجستان در استان مازندران می باشد و نمونه آماری از طریق روش نمونه گیری در دسترس و با استفاده از فرمول کوکران تعداد 384 نفر مشتری انتخاب شده اند. ابزار گرد آوری داده ها پرسشنامه استاندارد (جانی و هان، 2014) بوده که برای تعیین روایی این ابزار از روایی محتوا و سازه استفاده شد. و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد تایید قرار گرفت سپس با استفاده از نرم افزار اسمارت پی ال اس فرضیه ها مورد سنجش قرار گرفت نتایج حاصل از تحقیق نشان می دهد که آزادی، وجدان کاری، برونگرایی، سازگاری، روان رنجورخویی برای کسب تجربه تاثیر مثبتی بر روی رضایت دارد. رضایت تاثیر مثبتی بر روی ذهنیت مشتری دارد. رضایت تاثیر مثبتی بر روی وفاداری کلی دارد. ذهنیت شرکت تاثیر مثبتی بر روی وفاداری کلی دارد. ارزیابی تزیینات محیطی در رابطه بین عوامل شخصیت و رضایت نقش تعدیل کننده دارد. ارزیابی تزیینات محیطی در رابطه بین رضایت و وفاداری کلی نقش تعدیل کننده دارد.

کلمات کلیدی:

شخصیت، رضایت، ذهنیت، تزیینات داخلی، و وفاداری، هتل نارنجستان استان مازندران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/674725>

