

عنوان مقاله:

نقش رفاه خریداران در مراکز خرید در وفادارسازی مشتری بر اساس جنسیت خریداران

محل انتشار:

کنفرانس علمی مدیریت، اقتصاد کاربردی و تجارت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سمیرا دهقانی - دانش آموخته کارشناسی ارشد

میترا دانش پرور - استادیار و عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی بصیر آبیگ، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی بصیر آبیگ

خلاصه مقاله:

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نقش رفاه خریداران در مراکز خرید در وفادارسازی مشتری بر اساس جنسیت خریداران است. برای گردآوری اطلاعات در حوزه ی مورد بررسی پژوهش، از منابع اولیه و ثانویه استفاده شده است. داده های اولیه از روش میدانی یا استفاده از پرسشنامه و داده های ثانویه به منظور مطالعات مقدماتی از منابع کتابخانه ای معتبر، پایان نامه و نیز از شبکه های جهانی اطلاعات (اینترنت) استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، شامل مصرف کنندگانی است که از فروشگاه رفاه شهرستان هشتگرد بازدید کرده اند. روش نمونه گیری پژوهش روش تصادفی ساده است و از 420 عدد پرسشنامه توزیع شده 385 عدد برای تجزیه و تحلیل داده مورد استفاده قرار گرفت. جهت آزمون فرضیات پژوهش از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردیده است و با استفاده از نرم افزار Smart pls خریدار تاثیر معناداری ندارد و قابلیت اطمینان، اعتمادسازی، همدلی کارکنان، تاثیر معناداری بر رفاه خریدار دارد و رفاه خریدار در مراکز خرید تاثیر معناداری بر وفاداری به مرکز خرید دارد و جنسیت خریداران، تاثیرگذاری رفاه خریدار در مراکز خرید بر وفاداری به مرکز خرید را تعدیل نمی نماید.

کلمات کلیدی:

ملموس بودن عوامل، قابلیت اطمینان، پاسخگویی، اعتمادسازی، همدلی کارکنان، رفاه خریدار، وفاداری، جنسیت خریداران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680333>

