

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان کافی شاپ ها (مطالعه موردی شهرستان کرمانشاه)

محل انتشار:

همایش ملی اقتصاد، مدیریت توسعه و کارآفرینی با رویکرد حمایت از کالای ایرانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسنده:

پویا نظری - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی. دانشگاه رازی

خلاصه مقاله:

هر مقاله هدف از انجام این پژوهش، بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان کافیشاپهای شهر کرمانشاه میباشد. این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی - پیمایشی میباشد. جامعه آماری تحقیق را کلیه ی مشتریان کافی شاپهای سطح شهر کرمانشاه تشکیل میدهند که با توجه به گستردگی و نامحدود بودن جامعه آماری تعداد 267 نفر توسط فرمول کوکران جهت توزیع پرسشنامه محقق ساخت برگزیده شدند. پرسشنامه تحقیق در دو بخش سوالات عمومی و تخصصی برای بررسی متغیرهای تحقیق تهیه گردید و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از مدلسازی معادلات ساختاری به وسیله نرم افزار Lisrel استفاده گردید. پردازش داده ها نشان داد که کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری به عنوان فرضیه اول با ضریب استاندارد 0,78 اثر مستقیم و معناداری دارد، همچنین رضایت مشتری با ضریب استاندارد 0,71 درصد، اعتماد مشتری با ضریب استاندارد 0,65 درصد، شهرت برند با ضریب استاندارد 0,69 درصد، ارزش ادراک شده با ضریب استاندارد 0,73 و برنامه های وفاداری با ضریب استاندارد 0,54 بر وفاداری مشتریان اثر مستقیم و معناداری دارند که فرضیات دیگر تحقیق را شکل میدهند؛ ازین میان کیفیت خدمات و ارزش ادراک شده بیشترین تاثیر را بر وفاداری مشتریان دارند. بنابراین به کسب و کارهای مربوط توصیه میشود که بیش از پیش به نحوه خدمت رسانی مطلوب و کاهش تفاوت بین آنچه که شعار خدمت رسانی است با آنچه که در واقعیت دیده میشود توجه ویژه نمایند.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایت مشتری، ارزش ادراک شده، وفاداری مشتری، شهرت برند.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/914594>

