

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر تصمیم خرید بر نیت خرید بواسطه نگرش به محصولات شرکت کاله

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد با تاکید بر بازاریابی منطقه ای و جهانی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مهدی گلخنی زواره - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروز کوه، ایران

ماهرخ مختاران - دانشیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروز کوه، ایران

خلاصه مقاله:

دنیای رقابت پذیر امروز نیاز برای درک بهتر رفتار مشتری را نشان می دهد، مدیران مجبور هستند تا رفتارهایی مثل تصمیم گیری و ارزیابی تجربه ها را در مشتریان مورد ارزیابی قرار دهند. مطالعه های اخیر بر رفتارهای خاص خریداران تمرکز می کند. از دیدگاه مدیریت و کسب و کار، فرآیند تصمیم گیری و رفتار از موضوع های مهم است که به مطالعه بیشتر نیاز دارد. هدف از این تحقیق بررسی تاثیر بررسی تاثیر کیفیت محصولات بر نیت خرید به واسطه نگرش برند: مطالعه خریداران محصولات شرکت لبنیاتی کاله در شهر تهران است. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان فروشگاه کاله در شهر تهران تشکیل می دهند. داده های تحقیق از طریق پرسشنامه جمع آوری شد. 386 نفر به پرسشنامه پاسخ دادند. داده ها از طریق نرم افزار PLS مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که کیفیت محصولات به طور مستقیم در تصمیم خرید بر نیت خرید تاثیر می گذارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت محصولات، درگیری ذهنی، نگرش برند، نیت خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/915669>

