

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سبک های تصمیم گیری خرید در میزان وفاداری مشتریان در صنعت لوازم خانگی

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

ها دی همتیان -

سحرالسادات آگاه -

خلاصه مقاله:

تحقیقات در زمینه علم اقتصاد مشخصی نموده است که مصرف کنندگان از سبکهای مختلفی هنگام مواجه شدن با تصمیمات در بازار پیروی می نمایند. این سبک ها رویکرد ذهنی مصرف کنندگان در فرایند تصمیم گیری برای خرید است. مشهورترین مدل در زمینه سبک تصمیم گیری خرید مدل اسپرولز و کندالی است. این مدل با این فرضی که مصرف کنندگان با استفاده از سبکهای تصمیم گیری خاصی اقدام به خرید می کنند، هشت سبک مختلف را شناسایی نموده که تا کنون در کشورهای زیادی مورد آزمون قرار گرفته اند. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر سبک های تصمیم گیری خرید در میزان وفاداری پس از خرید مشتریان در صنعت لوازم خانگی میباشد. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان فروشگاه های لوازم خانگی در سطح شهرستان سمنان بوده است و با توجه به فرمول کوکران در تعیین حجم جوامع آماری نامحدود تعداد نمونه آماری برابر ۳۸۴ نفر انتخاب گردید و در بازه زمانی شش ماهه نخست ۱۳۹۴ اقدام به جمع آوری نظرات این افراد گردیده است. با استفاده از پرسشنامه اطلاعات لازم جمع آوری و با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری در نرم افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصله بیانگر تایید هفت فرضیه از هشت فرضیه تدوین شده بود. با توجه به نتایج بدست آمده پیرو مد بودن بیشترین تاثیر را بر وفاداری مشتریان در صنعت لوازم خانگی خواهد داشت. در انتهای پژوهش حاضر پیشنهادهای آرائه گردیده است که می تواند در شناسایی هرچه بهتر سبک های تصمیم گیری مشتریان موثر واقع گردد

کلمات کلیدی:

سبک های تصمیم گیری، وفاداری به مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/500189>

