

تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری اعتماد و هزینه تغییر (مورد مطالعه: فروشگاه خرید کالاهای لوکس در استان گیلان)

علی خوشه چین بهار *، 181،

1397-11-8

با توجه به تعداد زیاد فروشگاه های پوشاک و تنوع محصولات و برندها وفاداری سازی مشتریان دشوار بوده است. این موضوع برای فروشگاه های پوشاک لوکس که با تغییرات سریع در سلیقه مشتریان روبه رو هستند و گاهی مشتریان دچار تصمیم خرید آنی از سایر فروشگاه ها می گردند حائز اهمیت است. هدف اصلی این تحقیق سنجش تاثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری اعتماد و هزینه تغییر است بر مبنای هدف ارائه شده تحقیق حاضر به این سؤال پاسخ می دهد: آیا وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری اعتماد و هزینه تغییر فروشگاه های خرید پوشاک لوکس استان گیلان تاثیر معنا داری دارد؟ و فرضیه های مطرح شده در تحقیق حاضر عبارتند از تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری، تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری اعتماد، تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری هزینه تغییر است. تحقیق حاضر براساس نوع هدف کاربردی است. روش گردآوری داده ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر خریداران فروشگاه های پوشاک لوکس در استان گیلان هستند. 339 نفر به عنوان حداقل نمونه از فرمول کوکران برای جامعه نامحدود به دست آمد. روش نمونه برداری در تحقیق حاضر غیراحتمالی در دسترس بوده است سطح تحلیل فردی بوده که واحد مورد تحلیل مشتریانی که از فروشگاه های برند لوکس خریداری می کنند در نظر گرفته می شود. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره برداری شد که برای همه ی متغیرها بالاتر از آمد. جهت تجزیه و تحلیل دادهها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و PLS2 SMART استفاده شد. همه فرضیه های ارائه شده در تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. بیش ترین شدت تأثیر مربوط به تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری و کم ترین شدت تأثیر مربوط به تأثیر وابستگی مشتری بر وفاداری مشتری با تعدیل گری اعتماد است.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: اعتماد، وابستگی مشتری، وفاداری مشتری، هزینه تغییر

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)