



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت صنعتی

گرایش: مدیریت پروژه

عنوان:

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی رضایت مشتریان از خرده‌فروشی‌ها (مورد مطالعه: فروشگاه کوروش)

استاد راهنما:

دکتر اکبر بهمنی

استاد مشاور:

دکتر سید جلال الدین حسینی غنچه

نگارش:

محمد مالکی

تابستان ۱۳۹۷

چکیده:

در این تحقیق به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روی رضایت مشتریان از خرده‌فروشی‌ها (مورد مطالعه: فروشگاه کوروش) پرداخته شده است. روش انجام تحقیق حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی بوده که به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان کوروش شهر قزوین تشکیل دادند. تعداد نمونه‌ها ۳۸۴ نفر، بر اساس فرمول کوکران تعیین گردید، برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه رامن‌تاهان و همکاران (۲۰۱۷) اقتباس شده که در این پژوهش، مشارکت اجتماعی شامل سه سؤال، اعتماد برند، دو سؤال، هویت اجتماعی، سه سؤال، تصمیم خرید سه سؤال و تبلیغات دهان‌به‌دهان شامل سه سؤال نیز می‌باشد. روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب از طریق روایی محتوای و ضریب آلفای کرونباخ بررسی و مورد تأیید قرار گرفت، بعد از اطمینان از روایی و پایایی، پرسشنامه میان مشتریان کوروش توزیع گردید، تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی نظیر میانگین، فراوانی، حداقل، حداکثر و انحراف استاندارد برای توصیف جامعه و در آمار استنباطی از تکنیک آماری کولموگروف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها و از آزمون تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار لیزرل انجام پذیرفت. نتایج و تحلیل داده‌ها نشان داد که بازبینی رسانه‌های اجتماعی، رضایت برند، عملیات خدمت بر رضایت تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: بازبینی رسانه‌های اجتماعی، رضایت برند، عملیات خدمت، رضایت

Abstract

In this research, the impact of social networks on customer satisfaction from retail sales (Case Study: Cyrus Store) has been addressed. The method of this research is descriptive and has a field survey. The statistical population of this research consisted of customers of Kourosh city of Qazvin. The number of samples was 384, based on the Cochran formula. For collecting data, the Ramanathan et al. (2017) questionnaire was adopted. In this research, social participation includes three questions, brand trust, two questions, social identity, three questions, decision Buying three oral and oral questions includes three questions. Validity and reliability of the questionnaire were evaluated through content validity and Cronbach's alpha coefficient, after ensuring validity and reliability, the questionnaire was distributed among Cyrus clients. The data were analyzed using descriptive statistics such as mean, frequency, Minimum, maximum, and standard deviation for describing the society. In inferential statistics, Kolmogorov's statistical technique was used to determine the normality of the data and to analyze the path analysis using the Ples software. The results and data analysis indicated that social media review, brand satisfaction, and service operation had an impact on satisfaction.

Keywords: Social Media Review, Brand Satisfaction, Service Operations, Satisfaction



Takestan Institution of Higher Education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirments for the Degree of
M.Sc in Management Orientation

Title

Influence of social networks on customers satisfaction from retailers (case
study: store koorosh)

Supervisor

DR.Akbar Bahmani

Advisor

DR.Jalal aldin Hoseyni Ghoncheh

By

Mohammad Maleki

Sep 2018