



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی

عنوان:

**تأثیر بازاریابی حسی بر رضایت مندی مصرف کننده از خرید کالا
(مورد مطالعه فروشگاه افق کوروش شهر قزوین)**

استاد راهنما:

دکتر فرزانه خلیلی

استاد مشاور:

دکتر مهدی محمدی

نگارنده:

منصوره ابراهیمی کیا

شهریور ۱۳۹۹

چکیده:

در پژوهش حاضر به بررسی تأثیر بازاریابی حسی بر رضایت‌مندی مصرف‌کننده از خرید کالا پرداخته شده است. پژوهش فوق از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی پیمایشی می‌باشد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری طبق فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد در این پژوهش برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها از روش روایی محتوی استفاده شد و کیفیت و کمیت سؤالات پرسش‌نامه از نظر خبرگان موردبررسی قرار گرفت. برای محاسبه پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. از نرم‌افزار SPSS برای انجام آزمون‌های توصیفی و استنباطی استفاده گردید. نتایج آزمون بیان می‌دارد رابطه معنادار و مثبتی بین بازاریابی حسی و رضایت‌مندی مصرف‌کننده از خرید کالا وجود دارد در ضمن کلیه فرضیات پژوهش آزمون گردید و هیچ دلیلی برای رد فرضیات یافت نشد.

کلمات کلیدی: بازاریابی حسی، رضایت‌مندی، مصرف‌کننده، خرید کالا

Abstract

In the present study, the effect of sensory marketing on consumer satisfaction with the purchase of goods has been investigated. The above research is applied in terms of purpose and descriptive survey. Due to the infinity of the statistical population according to Cochran's formula, the sample size was 384 people. The data collection tool is a questionnaire. In this study, the content validity method was used to assess the validity of the questionnaires and the quality and quantity of the questionnaire questions were examined by experts. Cronbach's alpha method was used to calculate the reliability of the questionnaire. SPSS software was used for descriptive and inferential tests. The test results show that there is a significant and positive relationship between sensory marketing and consumer satisfaction with the purchase of goods. In addition, all research hypotheses were tested and no reason was found to reject the hypotheses.



Takestan Higher Education Institute

Dissertation submitted to graduate studies office in partial Fulfillment of the requirement for the degree of Master of Arts In Management

Title:

**The effect of sensory marketing on consumer satisfaction
with the purchase of goods (Case study of Ofogh
Kourosh store in Qazvin)**

Supervisor:

Dr. Farzaneh Khalili

Advisor:

Dr. Mahdi Mohamadi

By:

Mansoreh Ebrahimi Kia

Summer of 2020