

بررسی تأثیر متغیرهای بازاریابی سبز بر وفاداری مشتری (مورد مطالعه: محصولات کلانا)

محمود مومن برمی^۱، مهدی جلالی^۲

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

^۲ گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر متغیرهای بازاریابی سبز بر وفاداری مشتری بوده است. جامعه آماری تحقیق را مشتریان محصولات کلانا تشکیل می‌دهند که با استناد به جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر از مشتریان انتخاب شدند. ابزار این پژوهش، پرسشنامه می‌باشد. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ محاسبه شد. برای تعیین روایی این ابزارها از نظر متخصصان و استاد راهنما استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون مدل معادلات ساختاری و نرم‌افزار PLS استفاده شد. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که تأثیر کیفیت محصول، تصویر شرکت، تصویر فروشگاه و قیمت محصول بر وفاداری مشتریان محصولات کلانا مورد تأیید است.

واژه‌های کلیدی: بازاریابی سبز، وفاداری مشتری، محصولات کلانا

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۸، صفحات ۲۱۰-۲۰۲