

## بررسی رابطه بین رضایت از قیمت و عملکرد تجاری با توجه به نقش میانجی گری وفاداری در شرکت های تولید محصولات غذایی استان گیلان

معصومه مجاهد<sup>۱\*</sup>

علیرضا رویان<sup>۲</sup>

فاضل محمدی نوده<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۱۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۲/۲۱

### چکیده

هدف از تحقیق بررسی رابطه بین رضایت از قیمت و عملکرد تجاری با توجه به نقش میانجی گری وفاداری در شرکت های تولید محصولات غذایی استان گیلان می باشد. این تحقیق، تحقیقی توصیفی-تحلیلی بوده، روش جمع آوری اطلاعات میدانی و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد است. منبع اصلی پرسش نامه بنی فیس و همکاران (۲۰۱۲) بوده است. جهت سنجش روایی پرسش نامه ها از روش صوری و محتوایی و روایی همگرا و تحلیل عاملی و جهت ارزیابی پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر شرکت های تولیدی محصولات غذایی استان گیلان به تعداد ۵۴۵ شرکت می باشد که ۲۲۴ نفر از مدیران فروش شرکت ها جهت پاسخگویی به پرسشنامه انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل داده ها در این پژوهش از نرم افزارهای PLS استفاده شده است. در نهایت با استفاده از روش مدلسازی معادلات ساختاری فرضیه های تحقیق مورد آزمون قرار گرفتند که تمامی فرضیه ها بجز فرضیه سوم، مورد تایید قرار گرفتند.

### کلمات کلیدی

رضایت از قیمت، وفاداری، عملکرد مالی و عملکرد غیرمالی.

۱. کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد، شاهرود، ایران. (نویسنده مسئول:

[m.mojahed47@yahoo.com](mailto:m.mojahed47@yahoo.com)).

۲. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد، لاهیجان، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، لاهیجان، ایران.