

المستخلص

اللطفية، نور حقّ. 2012، البحث الجا معي. الموضوع: تأثير المناخ الجوى (Store Atmosphere) في قرار شراء المستهلكين (دراسة في المكتب Togamas).
المشرفة: إيرما يانتي حسن، المحسرة
الكلمات الرئيسية: المناخ الجوى للمكتب, قرار الشراء.

لتكون قادرة على جذب الزبائن ما يكفي لجعل عمليات الشراء, واحدة منها يمكن ان يتم من خلال خلق من الإبداع (الغلاف من الجوى) ومنتعة وإثارة في متحرر, لأنه اليوم هناك الإتجاه في دوافع الشجص للتسوق, حيث للتسوق الأنشطة ليس فقد كمشاط وظيفة لشراء السلع الحاجة الكتب, ولكن للإنشطة الترفيهية, والترفيه, او مجرد إطلاق سراح التوتر. وهذا هو, عندما تذهب للمستهلكين في متحرر, فإنها لا تواتر فقط وتقييم المنتجات المقدمة من قبل تجار التجزئة ولكنه سيوفر أيضا تقييما للإبداع في خلق جو في مخزن. واما نوع البحث الذي يبحث الباحث هو المكية, وفي هذه الدراسة, وتحليل البيانات نموذج الانحدار الخطي متعددة. قبل تنفيذ تحليل الانحدار, لا بد من اختباره من صحة وموثوقية البيانات وطبيعتها إختبار الفترات الكلاسيكية, سواء وترابط تلقائي, بحيث يمكن الحصول على درجة جيدة.

بناء على نتائج البحوث التي تم القيام به, وتبين ان ل1x هو عامل متغير في تصميم مكتبة Togamas جزئيا مالانج فرع له تأثير كبير على قرارات الشراء يمكن أن ينظر إليه من قيمة أهمية متغير من عوامل التصميم القيمة 0.0046 (> 0.05) x1 اما بالنسبة لل x2 المتغير هو العامل الإجتماعي في مكتبة Togamas مالانج, فرع تأثير كبير جزئيا على قرارات الشراء. ويتضح من أهمية العوامل الإجتماعية (x2) قيمة 0,000 (< 0.05) للعوامل المحيطة x3 المتغير في مكتبة Togamas مالانج فرع تأثير كبير جزئيا على قرارات الشراء. ويتضح من قيمة x3 يستحق 0.037 الدلالة. (< 0.05) للمتغيرات السائدة في معظم قرارات الشراء بين متغيرات تصميم والإجتماعية والبيئة المحيطة والمتغيرات الإجتماعية. وبدل على ذلك من أهمية المتغيرات الإجتماعية x2 أصغر قيمة بين المتغيرات الأخرى, والتي تساوي 0,000.