

مستخلص البحث

همتنا، سودي، 2013. مستخلص البحث. عنوان " تحليل تأثير تصميم المعرض وجودة الخدمة على قرار الشراء من المنتجات كميبيوتر محمول في ديينغ ساحة الحاسوب مالانج "

المشرف : ايرمينتي حسن الماجستير

الكلمة الرئيسية : تحليل تأثير تصميم المعرض، وجودة الخدمة، وقرار الشراء

تحليل تأثير تصميم المعرض وجودة الخدمة على قرار الشراء ويوضح ان كل موقف معارض لديها استراتيجية التخطيط التي هي دائما ترتبط ارتباطا وثيقا استراتيجية المبيعات، وحتى ذلك الحين يمكن أن يتوقع أن تصميم المعرض وجودة الخدمة سوف مصنعين تكون قادرة على جذب الانتباه والاهتمام من الزبائن المحتملين التي توقفت في نهاية المطاف في قرار الشراء. استراتيجية تصميم وجودة الخدمة له دور مهم جدا حتى أنه ليس من غير المؤلف ذكر خبراء الموسيقين أعلاه، شكل رأس الحرية حتى شريان الحياة من أي شركة. لأنه بعد كل شيء ليس أن التصميم جيدة ومثيرة للاهتمام حتى بدت فريدة من نوعها لتكون قادرة على جذب انتباه العملاء المحتملين لرؤية وأدخل موقف المعرض. ومع ذلك، ممتعا كما هو الحال كل ما هو إذا لم يقترن ذلك مع نوعية جيدة وخدمة مرضية للمستهلكين المحتملين، ثم ان الآمال في وقت مبكر أن ينظر إليها فضلا عن زيارة يكون ضئيلا للغاية. وبالتالي يتم تعبئتها كل في معرض فريد من نوعه وجذاب متوازن دائما مع جودة الخدمة القصوى كذلك.

هذه الدراسة لديها الطابع النوعي الكمي مع النهج *inferensial* ، في هذه الحالة قام الباحثون باختبار فرضية أن يبنى على دراسة نظرية، ثم نفذ جمع البيانات الميدانية عن طريق الاستبيانات الذي ينتشر المستمدة من السكان أو المستهلكين موقف المعرض في دينج ساحة الكمبيوتر عن طريق أخذ عينة باستخدام الصيغة *Maholtra* واختبار متعددة تحليل الانحدار الخطي وصلاحية الاختبار، والموثوقية ونتائج الاختبار اتخاذ الاستنتاج. في هذا البحث، ومعالجة البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية *.parametik*

وأظهرت النتائج أن: وقت واحد 4 متغير من تصميم المعرض وجودة الخدمة معا تأثير إيجابي وكبير على قرارات الشراء، في حين أن اختبار جزئية أظهرت أن 1. *Selling space* لها تأثير كبير على قرار الشراء. 2. *Customer space* لا تؤثر تأثيرا كبيرا على قرار الشراء. 3. *Tangibless* لها تأثير كبير على قرار الشراء. 4. تليها متغير *Responsiveness* هي أيضا تأثير إيجابي وكبير فضلا عن كونه المتغير الأبرز على قرارات الشراء.