

خلاصة

محمد أديب زن فرداؤس، أطروحة عام 2014. العنوان: " تأثير الغلاف الجوي مخزن استراتيجية شراء المقررات في القهوة أنيل المؤسسة ".

المشرف: يابوك سري راهايو، MM، SE.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية، جو المتجر، قرارات الشراء

المنافسة في مجال الأعمال التجارية صعوبة متزايدة في المقهى يحدث هذا بسبب العدد الكبير من رجال الأعمال الذين يرغبون في فتح مقهى لأنه حظي بارتفاع معدل دوران. ويطلب هذا مقهى زيادة والإبقاء على المستهلكين. هو بديل واحد لتحقيق هذه الاستراتيجية استخدام جو متجر، واستخدام هذه الاستراتيجية للمستهلك الذي سيقوم بزيارة المقاهي أصبحت أكثر اهتماما وثم اختر الأكشاك. والغرض من هذه الاستراتيجية هو الإبقاء على جو المتجر وتعزيز قرار الشراء.

يستخدم هذا البحث المنهج الوصفي الكمي، الذي يدرس تأثير الغلاف الجوي مخزن الاستراتيجية، استراتيجية الغلاف الجوي ضد قرار الشراء المتجر وتأثير المتغيرات الداخلية العامة (X_1)، خارجي (X_2)، وتخزين العرض الداخلية التخطيط (X_3) و (X_4) ضد قرار الشراء (Y). في جمهرة الدراسة كعينة من المستهلكين الذين يزورون المخزن، بينما هو البن الفقراء أنيل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة بيانات الاستبيان نظراً للمستهلكين الذين يزورون القهوة أنيل في الثامن من آذار/مارس إلى 22 يناير 2014.

أظهرت النتائج أن تأثير الاستراتيجية على المطعم الغلاف الجوي أنيل متجر القهوة جداً أثر على قرارات الشراء. مساهمة أكبر التي تؤثر على قرار الشراء في كشك القهوة أنيل قدمتها الداخلية، أثناء العام، تخزين تخطيطات، العرض الخارجي والداخلي ومساهمتها لا تزال صغيرة نسبياً. استناداً إلى نتائج تحليل الانحدار إظهار هذا المتغير الداخلية العامة (X_1)، خارجي (X_2)، تخزين تخطيط (X_3) والعرض الداخلية (X_4) تأثير على قرارات (Y) شراء في أنيل القهوة الجيدة التعساء جزئياً أو متزامنة. ومعاملات عاملاً (المعدل R مربعة) من 0,777 أو 77,7 %