

营销与服务

基于冲动性购买诱发因素的消费者冲动性购买之购后满意度研究

李亚林, 景奉杰

1. 华中科技大学管理学院; 2. 湖北经济学院工商管理学院

摘要:

选择以冲动性购买的购后满意度这一“购后行为”作为研究视角, 并从冲动性购买诱发因素入手, 利用实验方法分析了冲动性购买诱发因素与冲动性购买购后满意度之间的关系。研究表明, 价格促销刺激有无(外部环境刺激因素)、时间压力高低(购买情境刺激因素)、冲动性购买倾向高低(消费者个人特质)均对冲动性购买之购后满意度具有显著影响, 而且冲动性购买倾向高低对这种影响具有一定的干扰效果。

关键词: 冲动性购买 购后满意度 冲动性购买诱发因素

Post-Impulsive Buying Behavior Satisfaction Based on the Analysis of Impulsive Buying Predisposing Factors

LI Ya-Lin, JING Feng-Jie

1. Huazhong University of Science and Technology, Wuhan, China; 2. Hubei University of Economics, Wuhan, China

Abstract:

The paper chose the post-impulsive buying behavior satisfaction as the research perspective and analyzes the relationship between impulsive buying predisposing factors and post-impulsive buying behavior satisfaction with experimental methods. The study has shown that price promotions (external environmental stimuli), the level of time pressure (situational factors of purchase), and the level of impulse buying tendency (consumer personal characteristics) all influence post-impulsive buying behavior satisfaction and the level of impulse buying tendency (consumers personal qualities) has certain interference effects.

Keywords: impulsive buying post purchase satisfaction impulsive buying predisposing factors

收稿日期 2011-08-29 修回日期 网络版发布日期

DOI:

基金项目:

国家自然科学基金资助项目(70772055)

通讯作者: 李亚林(1974~), 男, 河北沧县人。华中科技大学(武汉市430074)管理学院博士研究生, 湖北经济学院(武汉市430205)工商管理学院讲师。研究方向为消费者行为、服务营销。

作者简介:

作者Email: ly11226@sina.com

参考文献:

本刊中的类似文章

文章评论

扩展功能

本文信息

- Supporting info
- PDF(296KB)
- [HTML全文]
- 参考文献[PDF]
- 参考文献

服务与反馈

- 把本文推荐给朋友
- 加入我的书架
- 加入引用管理器
- 引用本文
- Email Alert
- 文章反馈
- 浏览反馈信息

本文关键词相关文章

- 冲动性购买
- 购后满意度
- 冲动性购买诱发因素

本文作者相关文章

- 李亚林
- 景奉杰

PubMed

- Article by Li, Y. L.
- Article by Jing, F. J.

反 馈 人	<input type="text"/>	邮 箱 地 址	<input type="text"/>
-------------	----------------------	------------------	----------------------

反
馈
标
题

验证码

4226