



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

رابطه بین تصویر مرکز خرید و همگنی (تجانس) بر رفتار مشتری:  
مطالعه موردی اندونزی

عنوان انگلیسی مقاله :

The relationship between shopping mall image and  
congruity on customer behaviour: Evidence from Indonesia



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل  
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### بحث و نتیجه گیری

#### 5. Discussion and conclusion

There is no generally accepted model for what factors drive customer value although customers have functional needs to satisfy – elements inherent to the mall – as well as non-functional wants, which stem from associations one has with the shopping mall (Rintamaki et al., 2006). As such, the inner model of Fig. 1 has two latent constructs: the first, labelled 'shopping' endeavours, to capture functional needs, and the second, 'congruity', to capture non-functional wants. With respect to the former we measured the seven shopping mall attributes advanced by Sit et al. (2003) to reflect the latent construct 'shopping' – these attributes are inherent to a mall and controllable by management. The relationship between 'shopping' and 'loyalty' was significant, hence H1 was supported.

به طور کلی یک پذیرش عمومی برای اینکه چه مؤلفه‌هایی از ارزش مشتری وجود ندارد، با وجود اینکه مشتریان دارای نیازهای کاربردی برای ارضا شدن- مؤلفه های ذاتی برای پاساژ- و همچنین نیازهای غیرکاربردی می‌باشند (Rintamaki et al., 2006). بنابراین، مدل داخلی شکل 1 دارای دو سازه است: نخست، تقویت خرید می‌باشد که در ارتباط با نیازهای کاربردی می‌باشد، دومین سازه، سازگاری است که در ارتباط با نیازهای غیرکاربردی می‌باشد. با توجه به نتایج پژوهش‌های پیشین، ما از 7 ویژگی پاساژ ارائه شده از سوی Sit et al. (2003) به منظور ارزیابی مدل استفاده کردیم که به سازه پنهان خرید مرتبط است. این ویژگی‌ها برای یک پاساژ اصلی و ضروری بوده و از سوی مدیریت قابل کنترل می‌باشد. این روابط بین خرید و وفاداری معنادار بود، لذا در این باره ما فرضیه H<sub>1</sub> تأیید شد.



### توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.