

عنوان مقاله:

نقش علاقه و اخلاقی بودن برند در رابطه ی بین تجربه و تعهد برند

محل انتشار:

ششمین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

الهام مرزبان - گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

سیدمحمد هاشمی نژاد - گروه مدیریت بازرگانی، واحد علوم پزشکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف بررسی نقش علاقه و اخلاقی بودن برند در رابطه ی بین تجربه و تعهد برند صورت گرفته است. این مطالعه در حوزه ی مطالعات برند روابط بین اخلاقی بودن درک شده از برند توسط مشتریان، علاقه و سواسی و هماهنگی به برند، تجربه ی برند و تعهد به برند را مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار می دهد. پژوهش حاضر که در بین مشتریان بانک سینا در شهر تهران انجام گرفته است، از نوع پژوهش های نظری کاربردی می باشد که به روش توصیفی پیمایشی انجام شده است. برای جمع آوری اطلاعات در حوزه ی مورد بررسی پژوهش از روش مطالعات کتابخانه ای برای تشریح ادبیات نظری موجود و از ابزار پرسشنامه برای اندازه گیری متغیرهای تحقیق استفاده شد. در این مطالعه، روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی مورد استفاده قرار گرفته است که تعداد 385 نفر از مشتریان بانک سینا در شهر تهران بعنوان نمونه آماری مورد بررسی قرار گرفته اند. داده های به دست آمده با استفاده از تکنیک های مدل یابی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته اند. یافته های این پژوهش بیان می دارند که تجربه ی برند (ذهنی، رفتاری، عاطفی، حسی) از طریق علاقه به برند هماهنگی بر تعهد به برند تأثیر می گذارند، اما فقط سه بعد از تجربه ی برند (رفتاری، عاطفی، حسی) از طریق علاقه به برند و سواسی بر تعهد نسبت به برند تأثیرگذار هستند. علاوه بر این مشخص شد که اخلاقی بودن درک شده از برند نقش تعدیلگرانه ای در رابطه ی بین علاقه به برند هماهنگی و سواسی با تعهد به برند ایفا می کند. اما اخلاقی بودن درک شده از برند فقط رابطه ی بین علاقه به برند و سواسی و تجربه ی برند را تعدیل می کند و نقش تعدیلگرانه ی آن در رابطه ی بین علاقه به برند هماهنگی و تجربه ی برند تأیید نمی شود.

کلمات کلیدی:

اخلاقی بودن برند، علاقه به برند، تعهد به برند، تجربه ی برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1117458>

