

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر روی قصد خرید برندهای کالاهای لوکس مطالعه موردی برند اپل «گوشی اپل»

محل انتشار:

نخستین همایش ملی رویکرد های نوین مدیریت در مطالعات میان رشته ای (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

نیما فروغی راد - دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت اجرایی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین ایران

فرشید موقرمقدم - استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال تهران

خلاصه مقاله:

در این تحقیق با هدف بررسی ارتباط بین عوامل موثر بر قصد خرید مشتریان در خرید کالاهای لوکس انجام گردیده است. در این تحقیق به بررسی چند معیار کلی پرداخته و به دنبال این هستیم که از نظر مصرف کنندگان چه عواملی از برند بر خرید مصرف کنندگان برند کالاهای لوکس و حتی شاید به طور مستقیم یا غیر مستقیم بر وفاداری که همان خرید مجدد از آن برند است را تحت تأثیر قرار می دهد؟ در این تحقیق از نرم افزارهای SPSS و آموس استفاده شده است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش از نوع تحقیقات توصیفی می باشد که به صورت میدانی و با کمک پرسشنامه ای با پایایی و روایی بالا انجام شده، در این تحقیق تعداد 467 پرسشنامه در بین دانشجویانی که از برند گوشی های اپل استفاده می کردند، پخش شد که تعداد 384 پرسشنامه صحیح تحویل گرفته شد. این پرسشنامه ها در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال که از برند گوشی اپل توزیع شده است. تجزیه و تحلیل نتایج تحقیق براساس مدل یابی معادلات ساختاری SEM با استفاده از نرم افزار آموس AMOs انجام پذیرفته است. یافته های تحقیق نشان می دهد که عوامل نیاز به تک بودن، گرایش به خود اظهاری، گرایش به خود ابرازی و نگرش موثر بر قصد خرید کالای لوکس در مشتریان تأثیر مثبتی دارد و عامل خودآگاهی بر قصد خرید کالای لوکس تأثیر منفی دارد.

کلمات کلیدی:

قصد خرید، مشتریان، برند، کالاهای لوکس، گوشی اپل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1149702>

