

عنوان مقاله:

تاثیر فعالیت های بازاریابی مبتنی بر رسانه های اجتماعی بر قصد خرید با میانجی گری هویت اجتماعی، ارزش درک شده و رضایتمندی مصرف کنندگان شرکت سینره

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، دوره 2، شماره 4 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

زینب شریفی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

ناصر یزدانی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: هدف تحقیق حاضر بررسی تاثیر فعالیت های بازاریابی مبتنی بر رسانه های اجتماعی بر قصد خرید مصرف کنندگان از طریق نقش میانجی گری هویت اجتماعی، ارزش درک شده و رضایتمندی مصرف کنندگان می باشد. روش شناسی پژوهش: با توجه به جامعه نامحدود کاربران رسانه های اجتماعی شرکت آرایشی و بهداشتی سینره، تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده های تحقیق با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از تحقیق چن و لین (۲۰۱۹) جهت تجزیه و تحلیل جمع آوری شد و روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گرفت. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از منظر گرد آوری داده ها، توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. جهت بررسی داده های جمع آوری شده از نرم افزار های SPSS و Smart PLS استفاده شد. یافته ها: نتایج نشان می دهند که فعالیت های بازاریابی مبتنی بر رسانه های اجتماعی تاثیر مثبت و معناداری بر هویت اجتماعی، ارزش درک شده و رضایتمندی مشتریان دارد. هویت اجتماعی و ارزش درک شده نیز بر رضایتمندی مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارند. رضایتمندی مشتریان تاثیر مثبت و معناداری بر قصد خرید، قصد تداوم و قصد مشارکت دارد. هم چنین فعالیت های بازاریابی مبتنی بر رسانه های اجتماعی از طریق میانجی گری رضایتمندی بر قصد تداوم، قصد مشارکت و قصد خرید تاثیر دارد. اصالت/ارزش افزوده علمی: نتایج این تحقیق برای طرح ریزی یک برنامه بازاریابی استراتژیک برای شرکت آرایشی و بهداشتی سینره مفید خواهد بود و به مدیران و بازاریابان کمک خواهد کرد یک استراتژی به منظور افزایش سطح عملکرد برند خود به وسیله تعریف عوامل خاص مرتبط با قصد خرید، ارزش درک شده مشتری و هویت اجتماعی برند طراحی کنند.

کلمات کلیدی:

فعالیت های بازاریابی مبتنی بر رسانه های اجتماعی، هویت اجتماعی، ارزش درک شده، رضایتمندی مصرف کنندگان، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1368890>

