

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت درک شده و تمایز ادراک شده بر وفاداری برند با نقش میانجی اعتماد به برند (مورد مطالعه: فروشگاه زنجیره ای ۷ شهر تهران)

محل انتشار:

دوماهنامه نگرش های نوین مدیریت بازرگانی، دوره 1، شماره 3 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

محمد سعید مصطفایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد واحد همدان، ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی تاثیر کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت درک شده و تمایز ادراک شده بر وفاداری برند با نقش میانجی اعتماد به برند (مورد مطالعه: فروشگاه زنجیره ای ۷ شهر تهران) انجام شده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی می باشد. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم افزار آماری SPSS و از نرم افزار معادلات ساختاری PLS در قالب دو بخش آمارتوصیفی و استنباطی بصورت رگرسیون خطی و چندگانه استفاده گردیده است. جامعه ی مورد مطالعه شامل کلیه مشتریان فروشگاه های زنجیره ای ۷ است که در شهر تهران ساکن هستند. روش نمونه گیری تصادفی است. در این روش شانس انتخاب شدن هر یک از اجزا یکسان می باشد. نتایج پژوهش نشان داد که اعتماد به برند بر روابط بین ادراکات مشتری و وفاداری به برند تاثیر میانجی می گذارند. بنابراین، روابط مثبت بین اعتماد به برند و وفاداری بر ادراکات مشتری و وفاداری برند تایید می شود. به طور خاص تر، اعتماد به طور مستقیم بر وفاداری تاثیر می گذارد. تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم ادراکات بر وفاداری، قویترین روابط مدل را نشان می دهد. بنابراین، نتیجه می گیریم که می توان ادراکات مشتری به نام تجاری را مبنایی اساسی برای ایجاد ارتباط با برند در فروشگاه های زنجیره ای دانست. یافته های مطالعه ما نشان می دهد که هر دو معیارهای رفتاری شامل اعتماد به برند و وفاداری به برند، به شدت کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت درک شده و تمایز درک شده در ارتباطات بازاریابی است. علاوه بر این، اعتماد به برند میان کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت درک شده و وفاداری به برند ارتباط معناداری ایجاد کرده است.

کلمات کلیدی:

کیفیت درک شده، ارزش درک شده، رضایت درک شده، تمایز ادراک شده، وفاداری به برند، اعتماد به برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1420150>

