

عنوان مقاله:

ارزیابی تعدیل گری عدالت توزیعی، عدالت تعاملی و ثبات تخصیص در تاثیرگذاری ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد (مورد مطالعه: مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان)

محل انتشار:

دوماهنامه نگرش های نوین مدیریت بازرگانی، دوره 1، شماره 2 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

مهدی پارسا شریف - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه غیرانتفاعی الوند، همدان، ایران

خلاصه مقاله:

انگیزه اصلی این مطالعه بررسی تاثیر ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان می باشد. امروزه سازمان ها به این باور رسیده اند که تنها با تکرار خرید مشتریان است که قادرند به سود بلندمدت دست یابند. در این مطالعه علاوه بر بررسی ارزش ویژه برند ایران خودرو بر قصد خرید قطعات تولید شده این شرکت توسط مصرف کنندگان آن ها عوامل ذهنی و درک شده مشتریان از عدالت توزیعی، و تعاملی و همچنین ثبات تخصیص به عنوان عوامل تعدیل کننده قصد خرید مجدد مورد بررسی قرار می گیرد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی می باشد. داده های تحقیق از طریق سوالات پنج گزینه ای لیکرت موجود در پرسشنامه تحقیق جمع آوری شده است. در پژوهش حاضر به منظور تجزیه و تحلیل داده های حاصل از پرسشنامه، متناسب با نیاز آماری از نرم افزار آماری SPSS.۷۲۴ و از نرم افزار معادلات ساختاری PLS.۷۳ استفاده گردیده است. جامعه آماری شامل مشتریان شرکت قطعات ایران خودرو شهر همدان می باشد. به دلیل یکسان بودن شرایط جامعه آماری و استفاده از ناهمگونی کل اعضای جامعه، روش نمونه گیری تصادفی ساده است. نتایج پژوهش نشان داد که: ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان، تاثیر معناداری دارد (۳۳۵/۰). عدالت توزیعی در تاثیرگذاری ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان نقش تعدیل گر دارد (۲۶۷/۰). عدالت تعاملی در تاثیرگذاری ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان نقش تعدیل گر دارد (۱۹۴/۰). ثبات تخصیص در تاثیرگذاری ارزش ویژه برند بر قصد خرید مجدد مشتریان نمایندگی های ایران خودرو شهر همدان نقش تعدیل گر دارد (۱۰۶/۰).

کلمات کلیدی:

عدالت توزیعی، عدالت تعاملی، ارزش ویژه برند، قصد خرید مجدد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1420166>

