

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر فرهنگ بر وفاداری به برند (مورد مطالعه: هتل های استان کردستان)

## محل انتشار:

هفتمین همایش ملی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

باقر باقریان کاسگری - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

آکو محمودی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور، جویبار، ایران

## خلاصه مقاله:

افزایش رقابت در بخش هتلداری و افزایش سطح دانش و آگاهی مشتریان باعث توجه بیشتر به حفظ مشتریان شده است. موضوع فرهنگ و شخصیت و عملکرد و وفاداری به برند و عوامل موثر بر آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است، و یکی از عوامل ایجاد و افزایش وفاداری مشتری نسبت به انتخاب هتل برندی است که در ذهن مشتری ایجاد می شود. این تحقیق توضیح می دهد که فرهنگ چه تاثیری بر وفاداری به برند با تاکید بر نقش واسطه ای عملکرد و شخصیت برند دارد. این تحقیق از لحاظ روش و اجرا از نوع تحقیقات توصیفی - همبستگی با رویکرد علی است و از نظر هدف از نوع کاربردی می باشد. در این تحقیق تاثیر فرهنگ بر وفاداری مشتریان به هتل بررسی گردیده است. جامعه آماری در این تحقیق هتل های سطح استان کردستان می باشد و اطلاعات لازم از 384 پرسشنامه که توسط مشتریان هتل های استان کردستان تکمیل شده جمع آوری شده است و با استفاده از روش مدل یابی معادلات ساختاری فرضیه ها مورد بررسی قرار گرفتند و نتایج این پژوهش نشان می دهد که؛ شخصیت برند بر عملکرد برند تاثیر دارد، فرهنگ بر عملکرد برند تاثیر مستقیم دارد، فرهنگ بر شخصیت برند تاثیر مستقیم دارد، عملکرد برند بر وفاداری برند تاثیر مستقیم دارد، شخصیت برند بر وفاداری برند تاثیر مستقیم دارد.

## کلمات کلیدی:

وفاداری به برند، شخصیت برند، عملکرد برند، فرهنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1553306>

