

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بازاریابی حسی با اعتماد به برند با توجه به نقش میانجی سواد رسانه ای مشتری در شعب بانک سپه شهر کرمان

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

مریم میرزازاده - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت، واحد شهید حاج قاسم سلیمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان. ایران

علیرضا پیوند - استادیار گروه علوم اجتماعی، واحد شهید حاج قاسم سلیمانی، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان. ایران

خلاصه مقاله:

این تحقیق با هدف بررسی رابطه بازاریابی حسی با اعتماد به برند با توجه به نقش میانجی سواد رسانه ای مشتری در شعب بانک سپه شهر کرمان انجام شده است. روش تحقیق بصورت توصیفی - همبستگی بوده، جامعه آماری شامل کلیه مشتریان شعب بانک سپه شهر کرمان می باشند. حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر که بصورت در دسترس انتخاب شده اند. برای جمع آوری داده ها از ۳ پرسشنامه شامل بازاریابی حسی با روایی ۹۱٪ و پایایی ۸۲٪، سواد رسانه ای با روایی ۹۵٪ و پایایی ۹۳٪ و اعتماد به برند با روایی ۸۲٪ و پایایی ۶۷٪ استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار SPSS۲۴ انجام گرفته و از آماره های توصیفی و استنباطی ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. همچنین جهت بررسی روابط متغیرها از الگوبایی معادلات ساختاری و از نرم افزار amoss استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد بین بازاریابی حسی و مولفه های آن (حس لامسه، حس بویایی، حس شنوایی، حس چشایی، حس بینایی) با اعتماد به برند در شعب بانک سپه شهر کرمان رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. بین بازاریابی حسی با سواد رسانه ای مشتری در شعب بانک سپه شهر کرمان رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. بین سواد رسانه ای مشتری با اعتماد به برند در شعب بانک سپه شهر کرمان رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. نتایج بدست آمده از مدل سازی معادلات ساختاری، نشان داد رابطه بین بازاریابی حسی با اعتماد به برند با توجه به نقش میانجی سواد رسانه ای مشتری طبق مدل مفهومی تدوین شده معنی داری می باشد و مدل مفهومی از برازش قابل قبولی برخوردار می باشد. با توجه به نتایج تحقیق پیشنهاداتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی:

بازاریابی حسی؛ اعتماد به برند؛ سواد رسانه ای؛ بانک سپه.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1564624>

