

عنوان مقاله:

مطالعه عوامل موثر بر رفتار خرید مشتریان گوشی های تلفن همراه اپل

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های کاربردی مدیریت بازار، دوره 6، شماره 20 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

رعنا سیار - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی

فیروز دیندار فرکوش - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد الکترونیکی

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به بررسی عواملی که می توانند رفتار خرید مشتریان گوشی های تلفن همراه اپل را تشریح کنند پرداخته شده است. نظرات ۲۸۴ نفر از شهروندان تهرانی که از گوشی های تلفن همراه اپل استفاده می کنند از طریق پرسشنامه ساختاریافته، گردآوری و به کمک نرم افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها بیان می کند که روش های ارزش آفرینی، بر تبلیغات شفاهی از یک سو و بر رفتار خرید مشتریان از سوی دیگر تأثیر دارد. همچنین اگر چه اعتماد افراد، بر تبلیغات شفاهی موثر شناخته شد اما فرض تأثیر آن بر رفتار خرید مشتریان، مورد حمایت قرار نگرفت. به طور مشابه، با وجود اینکه وفاداری افراد بر تبلیغات شفاهی موثر شناخته شد اما تأثیر آن بر رفتار خرید مشتریان، تأیید نگردید. اما با این وجود مشخص شد که تبلیغات شفاهی بر رفتار خرید افراد تأثیر دارد. در نهایت با ارائه ی پیشنهادات مبتنی بر نتایج پژوهش تلاش شد تا زمینه ی جدیدی از تحقیقات و برنامه ریزی بازاریابی، توسعه یابد.

کلمات کلیدی:

ارزش آفرینی، اعتماد، وفاداری، گوشی های تلفن همراه اپل (آیفون)

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1608168>

