

عنوان مقاله:

رابطه هویت برند با وفاداری به برند در بازار گوشیهای تلفن همراه

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسنده:

فرید میرزایی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه علوم و تحقیقات خوزستان

خلاصه مقاله:

هدف از این مطالعه بررسی رابطه هویت برند با وفاداری به برند است. روش تحقیق توصیفی همبستگی و ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش، استفاده کنندگان از موبایل در شهر اردبیل میباشند که نمونه آماری شامل 400 نفر به روش نمونه گیری مرحله ایی جهت مطالعه انتخاب شد از آزمون ضریب همبستگی برای تجزیه و تحلیل دادهها جهت رد یا تایید فرضیه ها و همچنین برای دستیابی به میزان و شدت رابطه استفاده گردید. یافته های پژوهش نشان داد که هویت برند با وفاداری به برند بصورت مستقیم و از طریق میانجیگری اعتماد و رضایتمندی رابطه مثبت و معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

هویت برند، اعتماد به برند، رضایتمندی، وفاداری به برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/260718>

