

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ارتباطات، اعتماد و کیفیت خدمات بر قصد خرید مجدد (مطالعه موردی: بیمه معلم و بیمه ایران شهرستان صحنه)

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت در هزاره سوم (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا شیرازیان - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی ملایر، گروه مدیریت، ملایر، ایران

مهنا طهماسبی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، ملایر، ایران

پریسا شوندی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، ملایر، ایران

صدیقه یاری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر، گروه مدیریت بازرگانی، گرایش بیمه، ملایر، ایران

خلاصه مقاله:

در این پژوهش به بررسی تاثیر ارتباطات، اعتماد و کیفیت خدمات برند بر قصد خرید مجدد در بیمه معلم و بیمه ایران مطالعه موردی شهرستان صحنه که قلمرو زمانی از بهمن ماه 1393 تا تیر ماه سال 1394 می پردازد. در این پژوهش تاثیر عواملی از قبیل ارتباطات برند، کیفیت خدمات برند، اعتماد برند، وفاداری به برند، بر قصد خرید مجدد مورد آزمون قرار می گیرد. برندها در بازار مشتریان اهمیت خاصی دارند. زیرا آنها واسطه بین مشتریان و شرکت هستند مشتریان گاهی به برند خاصی اعتماد کرده و وفادار می مانند که منجر به قصد خرید مجدد می گردد. روش انجام پژوهش میدانی و از نوع پیمایشی بوده است. در این پژوهش به منظور جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است پرسشنامه مورد استفاده مشتمل بر 42 سوال با طیف پنج گزینه ای لیکرت روایی و پایایی پرسشنامه قبل از توزیع مورد آزمون قرار گرفت. روش نمونه گیری سهمیه ای و حجم نمونه با استفاده از روش کوکران محاسبه گردیده است. از 350 پرسشنامه توزیع شده تعداد 187 پرسشنامه مربوط به بیمه معلم و 163 پرسشنامه مربوط به بیمه ایران بود. برای تحلیل داده ها از نرم افزار spss و amos برای آزمون فرضیات از ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی و معادلات ساختاری استفاده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده از چهار فرضیه یک فرضیه پژوهش رد و سه فرضیه پژوهش دیگر تایید شد، و با توجه به نتایج بدست آمده به منظور رفع مشکلات و بهبود وضعیت موجود پیشنهاداتی ارائه گردید.

کلمات کلیدی:

ارتباطات برند، کیفیت خدمات برند، اعتماد برند، وفاداری به برند، قصد خرید مجدد، بیمه معلم و ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/455978>

