

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر روش های ارزش آفرینی، اعتماد و وفاداری بر رفتار خرید شهروندان تهرانی در مورد گوشی های تلفن همراه اپل

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی پژوهش های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

فیروز دیندار فرکوش - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

رعنا سیار - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بین الملل

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 تاثیر دارد. همچنین اگر چه اعتماد افراد، بر تبلیغات شفاهی موثر شناخته شد اما فرض تاثیر آن بر رفتار خرید مشتریان، مورد حمایت قرار نگرفت. به طور مشابه، با وجود اینکه وفاداری افراد بر تبلیغات شفاهی موثر شناخته شد اما تاثیر آن بر رفتار خرید مشتریان، تایید نگردید. اما با این وجود مشخص شد که تبلیغات شفاهی بر رفتار خرید افراد تاثیر 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/549351>

