

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر وفاداری به برند در بانک مهر اقتصاد بندر امام خمینی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی پژوهشهای کاربردی در مدیریت و حسابداری (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سید صادق موسوی - گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز، اهواز، ایران

صغری قبادی - استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه شهید چمران (استاد راهنما)

خلاصه مقاله:

برند یکی از ارزشمندترین دارایی های هر سازمان است که مدیریت مناسب آن می تواند راه را برای رسیدن به سهم بیشتر بازار و سودآوری بیشتر در هر صنعتی هموار سازد. هدف از پژوهش حاضر، بررسی اثر عوامل موثر بر وفاداری به برند در بانک مهر اقتصاد بندر امام خمینی می باشد. پژوهش حاضر از نظر ماهیت علی است. ابزار تحقیق که پرسشنامه استاندارد می باشد در بین نمونه 370 نفری پژوهش، متشکل از تمامی مشتریان بانک مهر اقتصاد بندر امام خمینی مورد بررسی، توزیع شد در این پژوهش بر اساس یک مدل مفهومی 3 فرضیه مطرح شد و به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روشهای آماری تی تک نمونه ای و آزمون رگرسیون با استفاده از نرم افزار SPSS استفاده شد. در نهایت تمامی فرضیه ها تایید شدند. یافته ها نشان داد اعتماد به برند و رضایت از برند عوامل بسیار مهم و کلیدی برای وفاداری به یک برند می باشد.

کلمات کلیدی:

رضایت از برند، اعتماد به برند و وفاداری به برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/568098>

