

عنوان مقاله:

عوامل موثر بر قصد خرید برندهای خارجی کفش

محل انتشار:

همایش ملی علوم انسانی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

سمیه بیک پور - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

احمد راه چمنی - عضو هیات علمی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی عوامل موثر بر قصد خرید برندهای خارجی کفش در سطح شهر تهران بوده است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت توصیفی-پیمایشی بوده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه خریداران کفش با برند خارجی در شهر تهران بود که از میان آنان تعداد 240 نفر (120 مرد و 120 زن) به عنوان نمونه آماری انتخاب گردید. ابزار مورداستفاده در این تحقیق پرسشنامه استاندارد سان و همکاران (2013) بود و جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار Spss و Smart PLS استفاده شد. یافته های مهم پژوهش حاکی از آن است که: حفظ آبرو و انطباق گروهی تاثیر مثبت و معنی داری بر نگرش مصرف کننده می گذارند. انطباق گروهی، نگرش، هنجار ذهنی و کنترل رفتاری درک شده تاثیر مثبت و معنی داری بر قصد خرید می گذارند. یافته های تحقیق تاثیر معنادار حفظ آبرو بر قصد خرید را رد کرده است. همچنین نتایج نشان داد که بین زنان و مردان در دو مولفهموثر بر قصد خرید یعنی حفظ آبرو و انطباق گروهی تفاوت معنی داری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

حفظ آبرو، هنجار ذهنی، انطباق گروهی، کنترل رفتاری درک شده، نگرش، قصد خرید

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/653464>

