

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر ابعاد اعتماد برند بر وفاداری رفتاری و نگرشی مشتریان در شرکت مخابرات استان زنجان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی الگوهای مدیریت در عصر پیشرفت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

حسین عظیمی - استادیار گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان

امید مهدیه - استادیار گروه مدیریت و حسابداری دانشگاه زنجان

ابراهیم بطحایی - کارشناس واحد بازاریابی شرکت مخابرات زنجان

محمد سلطانی - دانشجوی کارشناسی ارشد گرایش بازاریابی دانشگاه زنجان

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر، بررسی تاثیر ابعاد اعتماد برند بر وفاداری نگرشی و رفتاری مشتریان در شرکت مخابرات (همراه اول) استان زنجان بوده است. این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و از روش نمونه گیری به صورت تصادفی ساده استفاده شده است. جامعه آماری شامل کلیه مشتریانی است که از خدمات شرکت مخابرات در استان زنجان استفاده نموده اند. تعداد حجم نمونه آماری با انجام پیش آزمون و از طریق فرمول کوکران برابر با 179 نفر بدست آمد. با این حال جهت احتیاط و افزایش اعتبار تحقیق پرسشنامه ها پس از تایید روایی و پایایی در میان 200 نمونه آماری توزیع و جمع آوری گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های توصیفی از نرم افزار SPSS و داده های استنباطی برای تحلیل عاملی تاییدی و مدل معادلات ساختاری از نرم افزار PLS استفاده شد. نتایج حاکی از تایید فرضیات بود و نشان داد که اعتماد برند بر روی وفاداری مشتریان تاثیر مستقیم داشته و ابعاد اعتماد هم بر وفاداری نگرشی و رفتاری مشتریان موثر بوده است.

کلمات کلیدی:

اعتماد برند، وفاداری مشتری، شرکت مخابرات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/727921>

