

عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات با میزان وفاداری و نگرش مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر

محل انتشار:

کنفرانس ملی مدیریت، حسابداری و توسعه کسب و کار (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

مریم بالویی - استادیار، عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فروردین قائمشهر

خدیجه مدانلو جویباری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی فروردین قائمشهر

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این بررسی نقش تبلیغات با میزان وفاداری و نگرش مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر است. نتایج این پژوهش با توجه به مبانی نظری تحقیق و پرسشنامه ای که نظرات صاحب نظران در مورد متغیرهای تبلیغات، میزان وفاداری و نگرش مشتریان می باشد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر روش گردآوری اطلاعات توصیفی از نظر نوع روش تحقیق همبستگی و از نظر هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه ی مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر را تشکیل می دهند. تعداد نمونه مورد بررسی این تحقیق 384 نفر مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر می باشد که با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (1970) تعیین گردیده اند. شیوه نمونه گیری تحقیق حاضر غیرتصادفی دردسترس می باشد. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه ای و میدانی صورت گرفت. در روش کتابخانه ای کتاب ها، مقالات و اسناد و مدارک مربوط به تحقیق موردبررسی قرارگرفته است و در روش میدانی داده های مربوط به جامعه آماری از طریق پرسشنامه جمع آوری شده است، ابزار گردآوری اطلاعات داده ها در این تحقیق پرسشنامه بوده است که از پرسشنامه تبلیغات سلیمانی (1389)، وفاداری مشتری ریچارد الیور (2013) و نگرش مشتریان اسدی (1393) به صورت طیف لیکرت 5 نقطه ای می باشد با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مقدار 0/89 محاسبه شده است که نشان از مطلوب بودن پایایی پرسشنامه دارد. برای تجزیه وتحلیل داده ها از دو روش آمار توصیفی و آمار استنباطی استفاده شده است. آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار برای توصیف متغیرهای تحقیق و درصد فراوانی برای ویژگی های جمعیت شناسی استفاده گردیده است و در آمارهای استنباطی از معادلات ساختاری از طریق نرم افزار آماری با استفاده نرم افزار (SmartPLS, SPSS) استفاده شده است. نتایج نشان داد تبلیغات با میزان وفاداری و نگرش مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر تاثیر مثبت معناداری دارد و همچنین مولفه های تبلیغات با میزان وفاداری و نگرش مشتریان گوشی های موبایل سامسونگ شهر قائمشهر تاثیر مثبت معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

تبلیغات، وفاداری مشتریان، نگرش مشتریان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/881560>

