سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
بررسی نقش میانجی نگرش خرید در رابطه بین ارزش ویژه مبتنی بر برند با قصد خرید پوشاک ورزشی

محل انتشار:
دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم پایه و فنی و مهندسی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:
ابراهیم سواره - *کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، مهاباد، آذربایجان غربی، ایران*

سلیمان سواره - *کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملکان، ملکان، آذربایجان شرقی، ایران.*

نگین رحیمی - *مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران*

آرام سواره - *کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، مهاباد، آذربایجان غربی، ایران*

خلاصه مقاله:
هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی نقش میانجی نگرش خرید در رابطه بین ارزش ویژه مبتنی بر برند با قصد خرید پوشاک ورزشی میباشد. کلیه مشتریان و خریداران پوشاک ورزشی در شهرستان بوکان به عنوان جامعه آماری این تحقیق در نظر گرفته شدندنمونه به شیوه ی تصادفی در دسترس انتخاب شدند. به منظور جمع آوری دادهها و اندازهگیری متغیرهای مدل از پرسشنامه لیو و همکاران 2017 استفاده شده است. که پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی آن نیز با استفاده از روایی همگرا تایید بارهای عاملی و مقدار AVE و روایی تشخیصی مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روشهای آمار توصیفی و تحلیل عاملی تاییدی و برای ارائه مدل، تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد. قبل از آزمون فرضیه ها مدل بیرونی تحقیق، مدل درونی و کلیت مدل با شاخص های مناسب مورد برازش قرار گرفت. در نهایت نتایج یافته های تحقیق نشان داد که وفاداری به برند، آگاهی از برند، کیفیت درک شده و تصویر برند بر نگرش برند تاثیر مثبت و معنی داری می گذارند همچنین نقش میانجی نگرش برند در رابطه بین متغیرهای وفاداری به برند، آگاهی از برند، کیفیت درک شده و تصویر برند و قصد خرید پوشاک ورزشی تایید شد.

کلمات کلیدی:
نگرش به برند، قصد خرید، پوشاک ورزشی ، ارزش ویژه برند

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/980743