

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عوامل موثر بر میزان تاثیر اطرافیان و میزان تناسب شخصیت بر وفاداری به برند گوشی های تلفن همراه هوشمند به واسطه ارزش درک شده

## محل انتشار:

یازدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و هشتمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسندگان:

مجید عبدی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی عطار مشهد

وجیهه هوشیار - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی عطار مشهد

احمد صباحی - عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد

## خلاصه مقاله:

امروزه ضرورت توجه به نیازهای مشتریان و ایجاد ارتباط موثر با آن ها بر هی چکس پوشیده نیست. سازمان ها با توجه به هزینه های رو به افزایش سازمانی و فعالیت در بازار به شدت رقابتی امروز، به حفظ مشتریان و تمرکز بر جلب رضایت آن ها در راستای کسب سود دو جانبه نیاز دارند. لذا هدف این تحقیق، بررسی عوامل موثر بر میزان تاثیر اطرافیان و میزان تناسب شخصیت بر وفاداری برند به واسطه ارزش درک شده می باشد. جامعه ی آماری این تحقیق، مشتریان گوشی تلفن همراه هوشمند در بین دانشجویان موسسه آموزش عالی عطار می باشد. با توجه به فرمول کوکران در مجموع، تعداد 384 پرسش نامه، یک ملاک مطلوب برای تعیین حجم نمونه در این مطالعه در نظر گرفته شد. تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و Smart PLS انجام شد. نتایج حاکی از تایید تاثیر پیچیدگی هویت اجتماعی بر میزان تاثیر اطرافیان، نوآوری های مصرف کننده بر میزان تناسب شخصیت، نیاز به تایید اجتماعی بر میزان تاثیر اطرافیان، میزان تاثیر اطرافیان بر ارزش درک شده، میزان تناسب شخصیت بر وفاداری برند و ارزش درک شده و همچنین ارزش درک شده بر وفاداری برند می باشد. در این بین، تاثیر کارایی مصرف کننده بر میزان تناسب شخصیت مورد تایید قرار نگرفت.

## کلمات کلیدی:

عوامل پیش برنده هویت اجتماعی، عوامل پیش برنده ویژگی های شخصیتی، میزان تاثیر اطرافیان، میزان تناسب شخصیت، وفاداری برند، ارزش درک شده

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/777754>

