



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد "MA" رشته مدیریت بازرگانی

گرایش: بازرگانی بین الملل

عنوان:

تعهد مشتری به برندهای لوکس: سوابق و عواقب

استاد راهنما:

دکتر محمود صمدی

استاد مشاور:

دکتر محمدرضا پاکروان

نگارش

فاطمه پیرمحمدی

مهر ۹۷

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تعهد مشتری به برندهای لوکس: سوابق و عواقب می‌باشد، پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش به روش علی انجام شده است. جامعه آماری کلیه مشتریان برند ورساچه در شهر قزوین می‌باشد، به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه میان مشتریان ورساچه توزیع گردید، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها با کمک معادلات ساختاری نشان داد که کیفیت خدمات بر رضایت مصرف‌کننده با نقش میانجی تعهد مؤثر تأثیر دارد. اعتماد بر رضایت مصرف‌کننده با نقش میانجی تعهد مؤثر تأثیر دارد. کیفیت خدمات بر اهداف حمایتی با نقش میانجی تعهد مؤثر تأثیر دارد. اعتماد بر اهداف حمایتی با نقش میانجی تعهد مؤثر تأثیر دارد. جذابیت جایگزین بر اهداف حمایتی با نقش میانجی تعهد محاسباتی تأثیر دارد. جذابیت جایگزین بر رضایت مصرف‌کننده با نقش میانجی تعهد محاسباتی تأثیر دارد. هنجارهای ذهنی بر اهداف حمایتی با نقش میانجی تعهد هنجاری تأثیر دارد. هنجارهای ذهنی بر رضایت مصرف‌کننده با نقش میانجی تعهد هنجاری تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: جذابیت جایگزین، تعهد عاطفی، تعهد منطقی، تعهد هنجاری، هنجارهای ذهنی، رضایت، کیفیت

خدمات، اعتماد

Abstract

The purpose of this research is to investigate the customer's commitment to luxury brands of records and outcomes. The present research has been carried out according to the applied and methodological view. The statistical population of all customers is Veracruz brand in Qazvin city. For collecting data, a questionnaire distributed among customers of Versace. The results of the data with the help of structural equations showed that service quality affects the consumer satisfaction with the mediating role of effective commitment. Trust on consumer satisfaction with mediating role affects the commitment. Trust in support goals has an impact on the mediating role of a committed commitment. An alternative attraction affects the support goals with the mediator role of computational commitment. Alternative charm affects consumer satisfaction with the mediating role of computational commitment. Subjective norms affect consumer satisfaction with the mediator role of normative commitment.

Keywords: alternative charm. Emotional commitment. Rational commitment. Normative. Mental norms. Satisfaction. the quality of service. the trust



Takestan Institution of Higher Education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirments for
the Degree of M.A in Business Mangement

Title:

**customer's commitment to luxury brands:
Antecedents and consequences**

Supervisor:

DR. Mahmood Samadi

Advisor:

DR. Mohamadreza Pakravan

By:

Fatemeh Pirmohamdi

September 2018

