



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی
گرایش کارآفرینی

عنوان:

تأثیر کیفیت خدمات بر تمایلات رفتاری با نقش ارزش میانجی ویژه برند (مورد مطالعه: شرکت بیمه البرز)

استاد راهنما:

دکتر سعید محمد لو

استاد مشاور:

دکتر محمود صمدی

نگارش:

رامین بهبودی

زمستان ۱۳۹۸

چکیده:

در این تحقیق به بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر تمایلات رفتاری با نقش ارزش میانجی ویژه برند (مورد مطالعه: شرکت بیمه البرز) پرداخته شده است. روش انجام تحقیق حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی بوده که به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان بیمه البرز شهر قزوین تشکیل دادند. تعداد نمونه‌ها ۳۸۴ نفر، بر اساس فرمول کوکران تعیین گردید. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه چن و همکاران (۲۰۱۸) اقتباس شده. تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آمار توصیفی نظیر میانگین، فراوانی، حداقل، حداکثر و انحراف استاندارد برای توصیف جامعه و در آمار استنباطی از تکنیک آماری کولموگروف برای تعیین نرمال بودن داده‌ها و از آزمون تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار ایموس انجام پذیرفت. نتایج و تحلیل داده‌ها نشان داد که کیفیت خدمات بر ارزش ویژه برند تأثیر دارد. ارزش ویژه برند بر تمایل خرید تأثیر دارد. کیفیت خدمات بر تمایل خرید با نقش میانجی ارزش ویژه برند تأثیر دارد.

کلمات کلیدی: کیفیت خدمات، ارزش ویژه برند، تمایل خرید

Abstract:

In this research as Farsi research: The impact of service quality on behavioral tendencies with the role of brand equity mediator value (Case Study: Alborz Insurance Company) is discussed. The method of this research is descriptive and survey type which is field study. The statistical population of this study consisted of clients of Alborz Insurance Company in Qazvin. The number of samples was 384 according to Cochran formula. Adapted from the Chen et al (2018) questionnaire for data collection. Data analysis was performed using descriptive statistics such as mean, abundance, minimum, maximum, and standard deviation for community description and inferential statistics using Kolmogorov statistical technique to determine normality of data and path analysis test using emus software. accepted. The results and data analysis showed that the quality of service influences brand equity. Brand equity influences the purchase intention. Service quality influences the purchase intention with the mediating role of brand equity.

Keywords: quality of service, brand equity, willingness to buy



Takestan Institute of Higher education

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirments for the Degree of
M.Sc in Business Management –Entrepreneur

Title:

**Effect of service quality on behavioral intentions with the
role of brand equity**

Supervisor:

Dr. Saeed Mohammad Lu

Advisor:

Dr. Mahmood Samadi

By:

Ramin Behboodi

Winter 2020