

تأثیر سبک زندگی و عادت به برند بر دیدگاه مشتریان از زندگی اسلامی (مطالعه موردی: مشتریان فروشگاه افق کوروش شهر همدان)

رضا رنجبر ضرابی

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی با گرایش
استراتژیک، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

آدرس پست الکترونیک و شماره همراه نویسنده مسئول:
Reza-r-zarrabi@yahoo.com

چکیده

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از جهت روش گردآوری داده‌ها، تحقیقی توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق عبارت است از مشتریان فروشگاه افق کوروش در شهر همدان که تعداد آنها نامحدود می‌باشد. حجم نمونه تحقیق با توجه به جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر تعیین شد. همچنین روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع تصادفی ساده می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه می‌باشد. جهت سنجش روایی از روشهای روایی محتوایی و تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد که نتایج نشان داد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار مدل عاملی مناسب است. جهت سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج نشان داد هر یک از مولفه‌های پرسشنامه تحقیق بالاتر از مقدار ۰/۷ است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری توسط نرم افزار 2003 Smart PLS انجام شد. نتایج نشان داد سبک زندگی مشتری بر میزان اسراف در زندگی اسلامی مشتریان فروشگاه افق کوروش در شهر همدان تاثیر معناداری دارد. عادت به برند بر میزان اسراف در زندگی اسلامی مشتریان این فروشگاه تاثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی

سبک زندگی مشتری، عادت به برند، میزان اسراف در زندگی اسلامی