

بررسی نقش تعدیلگری آگاهی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و توانائی شرکت با قصد خرید مشتریان (مورد مطالعه: مشتریان بانک مسکن رشت)

محبوبه محسنی فر*، دکتر علی قلی پور،

1396-11-11

هدف این مطالعه بررسی بررسی نقش تعدیلگری آگاهی در رابطه بین مسئولیت اجتماعی و توانائی شرکت با قصد خرید مشتریان می باشد. پژوهش حاضر از نوع توصیفی است و به لحاظ هدف کاربردی است. از نظر جمع آوری داده ها نیز میدانی تلقی می شود. ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه می باشد که شامل 15 سوال برای سنجش کل متغیرهای تحقیق است. برای سنجش متغیرها نیز از طیف 5 تایی لیکرت استفاده می شود. روایی پرسشنامه توسط نظر اساتید و کارشناسان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی و تایید شد. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان بانک مسکن شهر رشت می باشد. با استفاده از فرمول کوکران تعداد 392 نفر به عنوان نمونه نهایی تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند. به منظور آزمون فرضیات از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج نشان داد که تداعی مسئولیت اجتماعی بانک بر تداعی توانائی بانک از نظر مشتریان رابطه مثبت و معناداری دارد. همچنین تداعی مسئولیت اجتماعی و تداعی توانائی بانک رابطه معناداری با قصد خرید مشتریان داشته است. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که آگاهی مشتریان نقش تعدیلگر در رابطه بین تداعی مسئولیت اجتماعی و توانائی سازمان با قصد خرید مشتریان ایفا می کند.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: قصد خرید، مسئولیت اجتماعی، توانائی شرکت، آگاهی

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)