



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی پاکستان

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

بازرگانی - بازاریابی

عنوان:

**تأثیر لذت، برانگیختگی و رضایت مشتریان سینما بر تبلیغات دهان به دهان با تأکید
بر نقش تعدیل کنندگی جنس، سن و درآمد**

استاد راهنما:

دکتر رضا شعبان نژاد

استاد مشاور:

دکتر محسن تریبانیان

نگارش

نیکو تاجیک

تابستان ۱۳۹۷

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر لذت، برانگیختگی و رضایت مشتریان سینما بر تبلیغات دهان به دهان با تأکید بر نقش تعدیل‌کنندگی جنس، سن و درآمد بود. روش اجرای پژوهش حاضر توصیفی و طرح پژوهش همبستگی از نوع معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش بازدیدکنندگان سینما در شهر تهران بودند که ۲۷۳ نفر از آنان در پژوهش شرکت کردند. آنان به پرسشنامه‌های برانگیختگی، لذت، رضایت مشتریان، احتمال تبلیغات دهان به دهان و تبلیغات دهان به دهان مثبت پاسخ دادند. پایایی و روایی ابزارها با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و تحلیل تأییدی، روایی تشخیصی و روایی واگرا مورد بررسی قرار گرفت که نتایج به دست آمده نشان از پایایی و روایی مورد قبول برای ابزارها داشت. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از همبستگی و روش معادلات ساختاری با نرم‌افزار SMARTPLS استفاده گردید.

نتایج نشان داد تأثیر برانگیختگی بر لذت، رضایت مشتری و تبلیغات دهان به دهان مثبت، مثبت و معنادار است اما تأثیر آن بر احتمال تبلیغات دهان به دهان معنادار نیست. تأثیر لذت بر رضایت مشتری و تبلیغات دهان به دهان مثبت، مثبت و معنادار است اما تأثیر آن بر احتمال تبلیغات دهان به دهان معنادار نیست. تأثیر رضایت بر احتمال تبلیغات دهان به دهان و تبلیغات دهان به دهان مثبت، مثبت و معنادار است. نقش تعدیل‌کننده جنسیت در ارتباط بین برانگیختگی و رضایت منفی معنادار است.

نقش تعدیل‌کننده سن در ارتباط بین برانگیختگی و رضایت و رضایت و احتمال تبلیغات دهان به دهان مثبت و معنادار است. نقش تعدیل‌کننده سن در ارتباط بین لذت و رضایت منفی و معنادار است. نقش تعدیل‌کننده سن و جنس در ارتباط بین رضایت و تبلیغات دهان به دهان مثبت، منفی و معنادار است.

کلیدواژه: برانگیختگی، لذت، رضایت مشتریان، احتمال تبلیغات دهان به دهان، تبلیغات دهان به دهان مثبت؛

ABSTRACT

The aimed of this study was the examined effect of pleasure, arousal and customer satisfaction on word of mouth with emphasizing on the moderator role of age, gender and income. The study method was descriptive and research design was correlation and structural equation modeling. The statistical population of the study was cinema visitors in Tehran that 273 of them participated in the study. They filled Questionnaire of pleasure, arousal, customer satisfaction, Likelihood word of mouth and positive word of mouth. The reliability and validity examined using of Cronbach's alpha coefficient. The results showed acceptable reliability and validity of the instruments. To analyze the data, the Pearson correlation coefficient and Structural Equation Modeling with SMARTPLS software was used. The results of revealed that arousal exerted a direct, positive and significant influence on pleasure, customer satisfaction and positive word of mouth But its effect on the Likelihood word of mouth was not significant. Pleasure exerted a direct, positive and significant influence on customer satisfaction and positive word of mouth but its effect on the positive word of mouth was not significant. Customer satisfaction exerted a direct, positive and significant influence on Likelihood word of mouth and positive word of mouth. The role moderator of gender in the relationship between arousal and satisfaction is negative and significant. The role of moderating age in the relationship between arousal and satisfaction, and satisfaction with Likelihood word of are positive and significant. The role of moderating age in the relationship between pleasure and satisfaction is negative and significant. The moderating role of age and gender in the relationship between satisfaction and positive word of mouth is negative and significant.

Keywords: pleasure, arousal, customer satisfaction, Likelihood word of mouth, positive word of mouth;



Takestan Higher Education Institute

Dissertation submitted to graduate studies office in partial Fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Arts In Management

Title

**The effect of pleasure, arousal and customer satisfaction
on word of mouth with emphasizing on the moderator role
of age, gender and income**

Supervisor

Dr Reza Shabannejad

Advisor

Dr. Mohsen Torabiyani

By

Nikoo Tajik

Summer 2018