

Дам Трі Куонг

Аналіз впливу лідерства бренду, досвіду бренду та іміджу бренду на задоволення клієнта та намір зробити повторну покупку товарів на онлайн-платформах для продажу брендів

Онлайн-платформи для продажу брендів є платформами онлайн-торгівлі, яка відрізняється своїми послугами та функціоналом від інших сайтів онлайн-торгівлі. Більше того, думка споживачів про бренд або послугу як лідера впливає на прийняття рішень клієнтами. Таким чином, в рамках дослідження аналізується вплив лідерства бренду, досвіду бренду та іміджу бренду на задоволення клієнтів і ймовірність повторної покупки. В рамках дослідження як фундаментальну основу було використано теорію «стимул-організм-реакція». Модель було перевірено з використанням методу часткових найменших квадратів на основі результатів опитування 299 користувачів платформи Shopee, зібраних за допомогою Google Forms з жовтня до листопада 2024 р. Платформу Shopee було обрано, оскільки вона є топ-платформою онлайн-торгівлі у В'єтнамі. Результати вказують на те, що лідерство бренду позитивно вплинуло на задоволення клієнта ($\beta = .160, t = 2,171$) та намір зробити повторну покупку ($\beta = .362, t = 6,013$). Так само, досвід бренду позитивно вплинув на задоволення клієнта ($\beta = .247, t = 2,581$) та намір зробити повторну покупку ($\beta = .271, t = 4,703$), імідж бренду позитивно вплинув на задоволення клієнта ($\beta = .173, t = 2,095$) та намір зробити повторну покупку ($\beta = .190, t = 2,718$), задоволення клієнта позитивно вплинуло на намір зробити повторну покупку на онлайн-платформах для продажу брендів ($\beta = .129, t = 2.418$). У статті запропоновано теоретичні та практичні інсайти та пропозиції для подальших досліджень.

Ключові слова: лідерство бренду, досвід бренду, імідж бренду, задоволення клієнта, намір зробити повторну покупку, онлайн-платформи для продажу брендів

Класифікація JEL: M31, M30, M10



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.