

عنوان مقاله:

بررسی نقش واسط رضایت مشتری در تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتری در صنعت هتلداری (مطالعه موردی: هتل های شهر تبریز)

محل انتشار:

مجله جغرافیا و مطالعات محیطی، دوره 6، شماره 23 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

جعفر بهاری - دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

بنفشه فراهانی - استادیار گروه مدیریت گردشگری، دانشگاه مازیار رویان، مازندران، ایران

شهلا بهاری - گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

مرجان بذله - دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، تهران، ایران

حامد بهاری - گروه شبیمی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی ۳۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی نقش واسط کیفیت ادراک شده در تاثیر کیفیت رابطه با مشتری بر وفاداری مشتریان در صنعت هتلداری در هتل های ۵ ستاره استان آذربایجان شرقی، شامل: هتل های پارس ائل گلی و شهریار در فروردین ۱۳۹۵ صورت پذیرفته است. داده های مورد نیاز برای این تحقیق با روش نمونه گیری غیر تصادفی در دسترس از میهمانان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز و با ابزار پرسشنامه جمع آوری شده است. تحقیق حاضر، از نظر هدف، کاربردی و براساس روش گردآوری داده ها، توصیفی و از نوع پیمایشی است. همچنین از روش معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart pls به منظور تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه میهمانان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز در نظر گرفته شده است. با توجه به این که حجم جامعه نا معلوم می باشد از فرمول کوکران به منظور تعیین حجم نمونه استفاده شده است. حجم نمونه مورد بررسی ۱۹۶ نفر از میهمانان هتل های ۵ ستاره شهر تبریز می باشد. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که متغیر کیفیت رابطه با مشتری بر کیفیت ادراک شده و وفاداری مشتریان تاثیر مستقیم و معناداری دارد؛ و همچنین تاثیر کیفیت ادراک شده بر وفاداری مشتریان مستقیم و معنادار است. و از سوی دیگر متغیر کیفیت رابطه با مشتری از طریق نقش واسط کیفیت ادراک شده بر وفاداری مشتریان تاثیر غیرمستقیم و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت ادراک شده، کیفیت رابطه با مشتری، وفاداری مشتریان، صنعت هتلداری، تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1309093>

