

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت محصول و مدیریت ارتباط با مشتری در میزان تعهد و وفاداری مشتریان

## محل انتشار:

چهارمین کنفرانس ملی و نخستین کنفرانس بین المللی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کار (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

حدیث علایی پور

## خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر به بررسی تاثیر کیفیت محصول و اجرای مدیریت ارتباط با مشتری در میزان تعهد و وفاداری مشتریان می پردازد. روش مورد استفاده در این تحقیق از لحاظ روش توصیفی- تحلیلی و از لحاظ هدف کاربردی می باشد. و برای این منظور ۴ فرضیه تدوین گردید و برای بررسی قبول یا رد فرضیه ها پرسشنامه ای تنظیم و در جامعه آماری که شامل مشتریان شرکت وند شیمی ساختمان (تولید کننده افزودنی بتن) است و تعداد آنها در زمان انجام تحقیق ۱۳۰۰ نفر است با استفاده از جدول مورگان و فرمول نمونه گیری کوکران، تعداد ۲۹۸ ، به روش نمونه گیری تصادفی ساده، انتخاب شدند، توزیعگردید. در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساز که روایی آن توسط اساتید مربوطه، تایید شده است، استفاده می شود. جهت بررسی پایایی پرسشنامه ها آلفای کرونباخ محاسبه گردید که حاکی از پایایی مطلوب پرسشنامه ها بود. سپس نتایج حاصل از پرسشنامه ها از طریق نرم افزار لیزرل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج بدست آمده از این تحقیق مشخص شد که بین مدیریت ارتباط با مشتری و کیفیت محصول، و همچنین کیفیت محصول و تعهد مشتری، و در نهایت تعهد مشتری و وفاداری مشتری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. و مدیریت ارتباط با مشتری با تعهد مشتری رابطه مثبت و معنا داری ندارد و بدین ترتیب این فرضیه تایید نشد.

## کلمات کلیدی:

مدیریت ارتباط با مشتری، کیفیت محصول، تعهد مشتری، وفاداری مشتری.

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1394553>

