

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر نیت رفتاری مشتریان با توجه به نقش میانجیگری مشروعیت سازمانی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی پژوهش در حسابداری، مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مهدی صفدرزاده نوغان - دانشجو کارشناس ارشد، گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی خردگرایان مظهر، ایران

سعید اصغری - استاد یار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی خردگرایان مظهر

خلاصه مقاله:

این مطالعه با عنوان بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر نیت رفتاری مشتریان با توجه به نقش میانجیگری مشروعیت سازمانی (مطالعه موردی: نمایندگی شعب بیمه ایران شهر مشهد) انجام شده است. روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از لحاظ نحوه جمع آوری داده ها به صورت توصیفی-همبستگی و از لحاظ نحوه تجزیه و تحلیل داده ها به صورت کمی است. جامعه آماری در این پژوهش، تمامی مشتریان برند بیمه ایران در شهر مشهد میباشند که طبق اطلاعات بدست آمده، تعداد مشتریان آنها نامعین و نامشخص است و بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب گردیدند. ابزار اندازه گیری این پژوهش پرسشنامه ترکیبی بر اساس مقالات یانگ و همکاران (۲۰۲۱) که دارای ۳۵ سوال میباشد که روایی آنها از نوع محتوا و سازه بوده که مورد تأیید قرار گرفتند؛ همچنین جهت سنجش پایایی پرسشنامه ها از آزمون ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید که به ترتیب برای متغیرهای کیفیت خدمات، نیت رفتاری مشتریان و مشروعیت سازمانی به ترتیب برابر ۰/۸۳، ۰/۸۳ و ۰/۸۴ بدست آمد. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده ها از با فرض نرمال بودن داده ها از تکنیک معادالت ساختاری با استفاده از نرم افزار Smart PLS استفاده گردید. که نتایج حاصل بیانگر این بود که کیفیت خدمات بر نیتهای رفتاری مشتریان با تأکید بر نقش میانجی مشروعیت سازمانی، تأثیر مثبت دارد. همچنین کیفیت خدمات و مشروعیت سازمانی بر نیتهای رفتاری مشتریان تأثیر مثبت دارد. کیفیت خدمات بر مشروعیت سازمانی تأثیر مثبت دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، نیت رفتاری مشتریان، مشروعیت سازمانی، شرکت بیمه ایران.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1774152>

