

## عنوان مقاله:

بررسی تأثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان به واسطه کیفیت رابطه با آنها مطالعه موردی: شعب یکی از بانکهای دولتی شهر مشهد

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی جهت گیری های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

## نویسندگان:

غلامرضا ملک زاده - استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد

زهرا اصغری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه فردوسی مشهد

احمد شهرباف عیدگاهی - عضو هیئت علمی موسسه آموزش عالی عطار مشهد و دانشجوی دکترا دانشگاه فردوسی مشهد

## خلاصه مقاله:

امروزه چالش بزرگ خدمات، کیفیت بالای خدمات و جلب رضایت مشتری است. افزایش روز افزون رقابت در بین بانکها و اهمیت حفظ مشتریان موجب شده تا آنها به تدریج به سمت ایجاد، حفظ و ارتقای رابطه با مشتریان گام بردارند پژوهش حاضر با هدف کلی سنجش تأثیر کیفیت رابطه بر وفاداری مشتریان انجام گرفته است. و در این پژوهش برای بررسی کیفیت رابطه با رضایت از رابطه، تعهد و اعتماد مدنظر قرار گرفته است. برای بررسی فرضیههای تحقیق از همبستگی میان متغیرها استفاده شده است. تحقیق به صورت پیمایشی و جمع آوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه صورت گرفته است. برای تحلیل نتایج علاوه بر آمار توصیفی، از نرم افزار SPSS و روش آماری اسپیرمن استفاده گردید، دلیل استفاده از روش اسپیرمن، نرمال نبودن دادهها میباشد. یافتههای این مطالعه حاکی از آن است که کیفیت رابطه بر وفاداری تأثیر مثبت و مستقیمی دارد. در عین حال نتایج به دست آمده نشان میدهد که مشاغل مشتریان تأثیری بر کیفیت فنی، کیفیت کارکردی، ارتباطات، اعتماد، تعهد و وفاداری ندارند و هیچ اختلاف معنی داری مشاهده نمیشود

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، بازاریابی رابطه‌ای، کیفیت رابطه، اعتماد، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/454826>

