

## عنوان مقاله:

ارزیابی تطبیقی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: شعب بانک های دولتی و خصوصی شهر تهران)

## محل انتشار:

اولین همایش ملی مدیریت و حسابداری ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

محمد رضا شکری مقاری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

افلاطون امیری - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

مسعود پورکیانی - استادیار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این مقاله ارزیابی تطبیقی عوامل موثر بر وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: شعب بانک های خصوصی و دولتی شهر تهران) می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان بانکهای خصوصی شهر تهران است که نا محدود میباشد که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای و تصادفی متناسب با حجم جامعه و از طریق فرمول کوکران نهایتاً 393 آماره انتخاب شدند. ابزار اندازه گیری دو پرسشنامه یکی شامل متغیرهای مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت مشتری، ادراک مشتریان از کیفیت خدمات و پرسش نامه دوم شامل وفاداری مشتریان است که روایی و وپایایی آن محاسبه شده است. اطلاعات جمع شده از نمونه آماری توسط نرم افزار LISREL و SPSS و با استفاده از روشهای آمار توصیفی و همچنین آزمونهای آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج بدست آمده نشان میدهد بین متغیرهای مستقل (مدیریت ارتباط با مشتری، رضایت مشتری و ادراک مشتریان از کیفیت خدمات) و متغیر وابسته (وفاداری مشتریان) رابطه معناداری وجود دارد.

## کلمات کلیدی:

وفاداری مشتریان، رضایت مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری، ادراک مشتریان از کیفیت خدمات، بانک

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/471992>

