

## عنوان مقاله:

بررسی تطبیقی تاثیر کیفیت خدمات، تصویر شرکت و رضایت بر نیت رفتاری مشتریان

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی ابزار و تکنیکهای مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

آرمین گلی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت ایران

نرگس دل افروز - استادیار گروه مدیریت بازرگانی بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت ایران

صفیه اشگوریان - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت ایران

## خلاصه مقاله:

هدف اصلی این پژوهشی، بررسی تطبیقی تاثیر کیفیت خدمات، تصویر شرکت و رضایت بر نیت رفتاری مشتریان در کشاورزی و بانک های خصوصی (پاسارگاد، سامان و قوامین) در استان مازندران و در چهار شهرستان (تنکابن، نمونه نیز از میان مشتریان بانک های خصوصی از طریق روش نمونه گیری خوشه ای تصادفی انتخاب شدند. ابزار 18 جمع آوری داده ها پرسشنامه بوده، داده ها با استفاده . مدل سازی معادلات ساختاری بوسیله نرم افزار آموس مورد تحلیل قرار گرفتند. نتایج نشان داد که کیفیت خدمات، رضایت مشتریان و تصویر شرکت بر نیت رفتاری در بانک های خصوصی مؤثر هستند؛ اما در بانک های دولتی تنها رضایت مشتریان بر نیاتی رفتاری مؤثر می باشد. بررسی مقایسه ای بانک های دولتی و خصوصی نشان دادند که تأثیر مستقیم کیفیت خدمات بر رضایت و تأثیر مستقیم رضایت بر نیت رفتاری در بانک های دولتی بیشتر از بانک های خصوصی بوده است اما تأثیر مستقیم کیفیت خدمات تصویر شرکت در بانک های خصوصی بیشتر از بانک های دولتی بوده است

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات / تصویر شرکت / رضایت مشتری / نیت رفتاری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/476818>

