

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر رضایت مشتریان هلدینگ دنیلی

محل انتشار:

همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

محمد محمودی پسند - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی و MBA دانشگاه پیام نور، صندوق پستی 3697-19395، تهران، ایران

ارغوان مباشری - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه آزاد اسلامی مرکز بین المللی کیش

خلاصه مقاله:

نتایج تحقیق نشان داد که انتظارات مشتریان بر کیفیت خدمات درک شده، ارزش درک شده و رضایت مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارد. کیفیت خدمات درک شده بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت دارد. ارزش درک شده بر رضایت مشتریان تاثیر مثبت و قوی دارد اما بین کیفیت خدمات درک شده و ارزش درک شده مشتری رابطه ای یافت نشده است.

کلمات کلیدی:

انتظارات مشتری، کیفیت خدمات درک شده، رضایت مشتریان، هلدینگ دنیلی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/567171>

