

## عنوان مقاله:

عوامل موثر بر وفاداری مشتری: با نقش میانجی کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، دوره 14، شماره 45 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

## نویسندگان:

محبوبه عرب - استادیار مدیریت دولتی منابع انسانی موسسه آموزش عالی راه دانش بابل

میثم شیر خدایی - دانشیار مدیریت بازرگانی، بازاریابی بین الملل، دانشگاه مازندران

فاطمه علی گلی فیروزجائی - موسسه آموزش عالی راه دانش بابل

## خلاصه مقاله:

در صنعت گردشگری حفظ و نگهداری مشتری برای رشد سازمان امری حیاتی محسوب می شود. به گونه ای که کاهش هزینه های بازاریابی، کسب سهم بیشتر در بازار و قدرت نفوذ تجاری را به همراه دارد؛ از این رو هدف پژوهش، بررسی رابطه بین سه متغیر کیفیت خدمات، رضایت مشتری و ارزش مشتری به عنوان متغیر مستقل و وفاداری مشتری به عنوان متغیر وابسته که با نقش میانجی متغیر کیفیت مدیریت ارتباط مشتری بررسی می شود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و با ماهیت پیمایشی است. داده های مورد نیاز با روش نمونه-گیری تصادفی نظام مند از مشتریان مجتمع تفریحی توریستی میزبان بابلسر و با ابزار پرسشنامه جمع آوری شده است و نتایج تجزیه و تحلیل داده ها از روش معادلات ساختاری نشان داد رابطه ی بین کیفیت مدیریت ارتباط مشتری بر وفاداری مشتری و همچنین رابطه ی بین کیفیت خدمات، رضایت مشتری و ارزش مشتری با توجه به نقش میانجی کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری مثبت و معنی دار است و به عبارتی فرضیه های پژوهش پذیرفته شد.

## کلمات کلیدی:

ارزش مشتری، رضایت مشتری، کیفیت خدمات، کیفیت مدیریت ارتباط با مشتری، وفاداری مشتری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/889986>

