

# بررسی تاثیر کیفیت خدمات، رضایت و ارزش مشتری بر وفاداری با نقش میانجیگری کیفیت مدیریت ارتباط با مشتریان و نقش تعدیلگری تصویر برند (مورد مطالعه : مشتریان شرکت های تولیدی فعال در استان گیلان)

الینا محمدی نژاد رشتی \*، 181،

1396-06-30

هدف این تحقیق، بررسی تاثیر کیفیت خدمات، رضایت و ارزش مشتری بر وفاداری با نقش میانجیگری کیفیت مدیریت ارتباط با مشتریان و نقش تعدیلگری تصویر برند در شرکت های تولیدی فعال در استان گیلان است. ریزش مشتریان و هزینه های بالای جذب مشتریان جدید و دشواری ترغیب آنان برای خرید محصولات شرکت، لزوم توجه به حفظ وفاداری مشتریان را افزایش داده است. این موضوع چالشی اساسی برای شرکت ها از جمله شرکت های تولیدی فعال در استان گیلان است. این تحقیق از حیث هدف، تحقیقی کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل داده ها، توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری است. به این منظور، 7 فرضیه تدوین گردید. برای گردآوری اطلاعات لازم جهت آزمون فرضیه ها، از پرسشنامه ای استاندارد حاوی 34 سؤال در 10 بعد استفاده شد و بین 384 مشتری شرکت های تولیدی فعال در استان گیلان، بعنوان جامعه آماری تحقیق توزیع گردید. ابتدا نرمال نبودن داده ها با استفاده از آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف آزمون و سپس با استفاده از تکنیک معادلات ساختاری، به ارزیابی فرضیه های تحقیق در محیط نرم افزار پی ال اس پرداخته شد. نتایج تحلیل ها تمامی فرضیه های تحقیق، به جز نقش تعدیلگری تصویر برند را مورد تایید قرار داد. یافته ها آشکار نمود که کیفیت خدمات، رضایت و ارزش مشتری بر مدیریت ارتباط با مشتری اثرگذار و مدیریت ارتباط با مشتری نیز بر وفاداری اثرگذار است.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: وفاداری، کیفیت خدمات، رضایت-مشتری، مدیریت ارتباط با مشتری  
برند تصویر، (CRM)

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)