

بررسی تاثیر انتظارات و کیفیت و ارزش ادراک شده بر رضایت و وفاداری مشتری (مطالعه موردی : صنعت بیمه خصوصی)

ابوالفضل جان نثار*, 218,

1396-11-11

چکیده این پژوهش نیز با هدف بررسی تاثیر انتظارات و کیفیت و ارزش ادراک شده بر رضایت و وفاداری مشتریان بیمه نوین در سطح استان گیلان انجام گرفت. برای جمع آوری اطلاعات در خصوص متغیرهای تحقیق، از روشهای میدانی بهره برداری گردید. جامعه آماری مورد پژوهش شامل تمامی مشتریان بیمه بدنه اتومبیل و بیمه آتش سوزی منازل مسکونی نمایندگی های شرکت بیمه نوین در سطح استان گیلان باشد. با استفاده از فرمول حجم نامحدود کوکران 258 نفر بعنوان نمونه تحقیق محاسبه شده است. پرسشنامه نیز شامل 43 سوال بوده است. پس از تایید روایی و پایایی پرسشنامه، داده های آماری تحقیق با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصله حاکی از آن است که کیفیت و ارزش ادراک شده خدمات بر رضایت و وفادار مشتریان تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: انتظارات مشتری، کیفیت ادراک شده، وفاداری مشتری، رضایت مشتری

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)
[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)