

مقایسه تاثیرگذاری کیفیت درک شده بر وفاداری مشتریان در مشتریان صنعت های مختلف

فرشید نیک شناس *، 178،

1396-11-31

هدف از انجام این تحقیق مقایسه تاثیرگذاری کیفیت درک شده بر وفاداری مشتریان در صنعت مواد غذایی و لوازم خانگی می-باشد. تحقیق حاضر بر اساس چگونگی بدست آوردن داده‌های مورد نیاز و از نظر طبقه‌بندی تحقیقات با توجه به هدف آنها، در زمره‌ی تحقیقات توصیفی قرار دارد. روشی که تحقیقگر در این تحقیق برگزیده است با توجه به شناخت از جامعه آماری مورد بررسی نمونه‌گیری غیرتصادفی در دسترس می‌باشد. در تحقیق حاضر از تجزیه و تحلیل یک متغیره برای شاخص‌های مرکزی، پراکندگی استفاده شد و برای تحلیل‌های چند متغیره از تکنیک‌های آماری مربوط به مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزار LISREL 8.8 استفاده شد. نتیجه حاصل از تجزیه و تحلیل‌های استنباطی در این تحقیق، حاکی از آن است که بین کیفیت درک شده و ریسک درک شده در هر دو صنعت رابطه معناداری وجود دارد که میزان تاثیرگذاری در هر دو صنعت یکسان می-باشد. بین ریسک درک شده و وفاداری مشتریان در هر دو صنعت ارتباط معناداری وجود دارد که میزان تاثیرگذاری در لوازم خانگی بیشتر از صنعت غذایی است. بین کیفیت درک شده و اعتماد مشتریان در هر دو صنعت ارتباط معناداری وجود دارد که میزان تاثیرگذاری در هر دو صنعت یکسان می-باشد. وفاداری مشتریان در هر دو صنعت ارتباط معناداری وجود دارد که میزان تاثیرگذاری در هر دو صنعت یکسان می-باشد.

کلمات کلیدی : وفاداری مشتریان، اعتماد مشتریان، کیفیت درک شده و ریسک درک شده

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

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