

نقش نوآوری در خدمات بر وفاداری مشتریان با توجه به اثر واسطه ای ارزش ویژه برند در شرکت بیمه پارسیان استان گیلان

محمدحسین فرجی *، دکتر صابری حقایق،

1395-11-30

تحقیق حاضر، با هدف بررسی نقش نوآوری در خدمات بر وفاداری مشتریان با اثر واسطه ای ارزش ویژه برند در شرکت بیمه پارسیان استان گیلان، انجام گرفت. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی، از حیث روش جمع آوری داده ها پیمایش از نظر ماهیت، توصیفی- علی و مبتنی بر معادلات ساختاری محسوب می گردد. ابزار اندازه گیری داده ها در این تحقیق پرسشنامه استاندارد است. جامعه آماری حاضر آن دسته از مشتریان شرکت بیمه پارسیان استان گیلان هستند که به صورت اینترنتی خرید می کنند. با استفاده از فرمول محاسبه حجم نمونه کوکران، تعداد 184 نفر از مشتریان مذکور به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش به منظور آزمون فرضیات از نرم افزار های SPSS 20 و LISREL 54.8 بهره گرفته شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیات دلالت بر آن دارند که سفارشی سازی خدمات، رهبری تکنولوژی و رهبری خدمات تاثیر مثبت و معناداری بر روی ارزش ویژه برند دارند. نتایج همچنین نشان دادند که رهبری تکنولوژی و ارزش ویژه برند بر وفاداری مشتریان تاثیر گذار هستند.

کلمات کلیدی : وفاداری مشتری، ارزش ویژه برند، رهبری تکنولوژی، رهبری خدمات و سفارشی سازی

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

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