

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر عدالت درک شده بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی کیفیت خدمات و تعهد مشتریان باشگاه های الزهرا

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت استاندارد و کیفیت، دوره 9، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

شعله خداداد کاشی - استادیار و مدیر تربیت بدنی دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی

خلاصه مقاله:

هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی تاثیر عدالت درک شده بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی کیفیت خدمات و تعهد مشتریان باشگاه های الزهراست. تحقیق براساس هدف کاربردی به لحاظ گردآوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی- همبستگی است، که به شیوه ی پیمایشی انجام گرفته است و از لحاظ زمانی مقطعی است. جامعه ی آماری این تحقیق را تمامی مشتریان خانم باشگاه های الزهرا سازمان ورزشی شهرداری شهر تهران تشکیل داده است. ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه ی استاندارد آپوستولس و همکاران 2015 بود. پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی و روایی آن نیز با استفاده از روایی همگرا و روایی تشخیصی مورد تایید قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و تحلیل عاملی تاییدی و برای ارائه ی مدل، تکنیک مدل یابی معادلات ساختاری استفاده شد. در نهایت نتایج یافته های تحقیق نشان داد که عدالت درک شده تاثیر مثبت و معنی داری بر وفاداری مشتریان دارد و در این مسیر کیفیت خدمات و تعهد مشتریان دو متغیری هستند که توانسته اند مقداری از تاثیر متغیر عدالت درک شده را به وفاداری مشتریان انتقال دهند در نتیجه نقش میانجی آن ها تایید شد.

کلمات کلیدی:

باشگاه های الزهرا، تعهد مشتریان، عدالت درک شده، کیفیت خدمات، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1023457>

