



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر بازاریابی رابطه ای بر رضایت مشتری : یک مطالعه موردی از دانشجویان مقطع کارشناسی در یک دانشگاه خصوصی، ایالت اوپو، نیجریه

عنوان انگلیسی مقاله :

IMPACT OF RELATIONSHIP MARKETING ON CUSTOMER SATISFACTION: A CASE STUDY OF THE UNDERGRADUATE STUDENTS IN A PRIVATE UNIVERSITY, OYO STATE, NIGERIA



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



## بخشی از ترجمه مقاله

### CONCLUSION

It had been established from the study that there is a significant relationship between relationship marketing and consumer satisfaction. ( $r = .811^{**}$ ,  $N= 616$ ,  $P < .01$ ). By implication, it can be deduced that a 1% shift in relationship marketing will result in 81.1% shift in consumer satisfaction. Hence, it could be deduced that relationship marketing influence consumer satisfaction to a large extent. It is therefore necessary for financial and non financial sectors to embrace and include relationship marketing in their management portfolio.

### نتیجه گیری

از این مطالعه نتیجه گرفته شد که رابطه ی معناداری بین بازاریابی رابطه ای و رضایت مشتری وجود دارد. ( $r = .811^{**}$ ,  $N= 616$ ,  $P < .01$ ). به طور ضمنی، می توان استنباط کرد که یک تغییر 1% در بازاریابی رابطه ای، به تغییر 81.1% در رضایت مصرف کننده منجر خواهد شد. از این رو، می توان استنباط کرد که بازاریابی رابطه ای بر رضایت مشتری تا حد زیادی تاثیر دارد. بنابراین برای بخش های مالی و غیرمالی در بر گرفتن و شامل کردن بازاریابی رابطه ای در نمونه ی کارهای مدیریتی آنها ضروری است.



### توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

همچنین برای مشاهده سایر مقالات این رشته [اینجا](#) کلیک نمایید.