



## بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

کیفیت خدمات، رضایت و وفاداری مشتری

عنوان انگلیسی مقاله :

Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test  
of Mediation



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

#### 4. onclusion

The results of this research show that in all fivefold dimensions of service quality and also in total, customers' expectations are beyond their perceptions of the bank performance. In fact, findings of this research show that although in all fivefold dimensions of service quality Sepah Bank's performance has been higher than average limit, but its service quality does not satisfy customers' expectations.

Also, it was expected that service quality would be one of the determinants of satisfaction and loyalty. In fact, nearly 43 percent of customer's satisfaction change is explained by service quality. On the other hand, service quality has a direct relation with loyalty, and nearly 45 percent of loyalty changes can be explained by service quality changes. Another point is that if the satisfaction variable enters the model, the resulted determination index will be higher in figure than other cases (0.803). This figure means that nearly 80 percent of loyalty changes can be explained by satisfaction and service quality, although satisfaction plays a more important role in this relation.

نتیجه :

نتایج این تحقیق نشان میدهد که در همه ی ابعاد پنجگانه کیفیت خدمت، و همچنین در کل، انتظارات مشتری ها بیشتر از درک آنها از عملکرد بانک است. در واقع یافته های این تحقیق نشان میدهد که اگرچه در همه ی ابعاد پنجگانه کیفیت خدمات عملکرد بانک سپه ، بالاتر از محدوده ی متوسط است ، اما کیفیت خدمات ان انتظارات مشتری را برآورده نمیکند. همچنین انتظار میرود که کیفیت خدمت یکی از تعیین کننده های رضایت و وفاداری باشد. در واقع نزدیک به 43% از تغییر رضایت مشتری با کیفیت خدمات توضیح داده میشود. از سوی دیگر، کیفیت خدمات ، رابطه مستقیم با وفاداری دارد و حدود 45% از تغییرات وفاداری با تغییرات کیفیت خدمات توضیح داده میشود. نکته دیگر این است که اگر متغیر رضایت به مدل وارد شود ، شاخص تعیین حاصل از لحاظ رقمی بیشتر از موارد دیگر خواهد بود (0/803). این رقم به این معنی است که حدود 80% از تغییرات وفاداری با رضایت و کیفیت خدمات توضیح داده میشود، اگرچه رضایت نقش مهمی در این رابطه بازی میکند.



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.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.