



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تاثیر کیفیت خدمات، اعتماد و رضایت مشتری بر وفاداری مشتریان

عنوان انگلیسی مقاله :

IMPACT OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND CUSTOMER
SATISFACTION ON CUSTOMERS LOYALTY



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

Discussion

The present study is noteworthy for a special reason. As to the knowledge of the researchers no such study has been done previously on the subscribers of any telecommunication company in Bangladesh to examine whether customers' perceived service quality, trust, and customer satisfaction can engender customer loyalty. Specially, the researchers have tried to investigate whether the postulated causal relationships among the studied variables vary in two measurement models for the same group of subscribers. Researchers hope that such study might induce the mobile service providers to talk out appropriate course of action to create a loyal customer base by ensuring judicious use of valuable marketing resources. Data supported the proposed model 2, where direct paths from customers' perceived service quality and trust to customer loyalty; and indirect paths from customers' perceived service quality to customer loyalty as mediated through customer satisfaction have been examined.

بحث و گفتگو

مطالعه فعلی به دلایل خاصی قابل توجه و چشمگیر است. طبق اطلاعات محققان، هیچ مطالعه ای در بنگلادش در مورد تأمین کنندگان هر شرکت ارتباط از راه دور در جهت بررسی اینکه کیفیت خدمات درک شده مشتریان، اعتماد و رضایت مشتری باعث وفاداری مشتری می شود، قبلاً انجام نشده است. به ویژه، محققان برای بررسی اینکه آیا روابط تصادفی و فرضی میان متغیرهای مورد مطالعه در دو مدل ارزیابی همان گروه از تأمین کنندگان متفاوت هستند، تلاش کردند. محققان امیدوار هستند که این مطالعه ممکن است تأمین کنندگان خدمات سیار را تحریک کند تا روند فعالیت مناسب را جهت ایجاد پایه و اساس مشتری وفادار با تضمین استفاده مدبرانه از منابع بازاریابی ارزشمند کامل کنند. داده ها از مدل 2 پیشنهادی حمایت می کنند، که در آن مسیرهای مستقیم از کیفیت خدمات درک شده مشتری و اعتماد تا وفاداری مشتری و مسیرهای غیرمستقیم از کیفیت خدمات درک شده مشتری تا وفاداری مشتری به عنوان واسطه از طریق رضایت مشتری مورد بررسی قرار گرفتند.



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.