

## رضایت مشتری با استفاده از حامل های کم هزینه

### چکیده:

حامل کم هزینه (LCCs) یک مزیت رقابتی نسبت به حامل های خدمات کامل (FSCs) در چندین کشور به دلیل کرایه های پایین تر و سطوح مشابهشان از کیفیت خدمات را دارا هستند. همه مشتریان نیاز هایشان به طور یکسان نیست، و ویژگی های بازار موجود در صنعت (LCCs) ممکن است در نگرش مشتریان نفوذ کند. بنابراین، این مطالعه به بررسی اهمیت نسبی از کیفیت خدمات شناخته شده و همچنین ارتباط بین درک کیفیت خدمات، رضایت مشتری و قصد رفتاری با استفاده از روش چند بعدی می پردازد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می دهد که ابعاد قابل توجهی از رضایت مشتری، ملموس و قابل پاسخ گویی هستند. علاوه بر این، این مطالعه عواقب قابل توجهی از رضایت مشتری از جمله ارتباطات دهان به دهان، نیت خرید، و رفتار شکایت را نشان می دهد. بر اساس این نتایج، حامل باید ملموس و قابل پاسخ گو بودن را برای افزایش رضایت مشتری و نیات رفتاری توسعه دهد.

واژگان کلیدی : حامل های کم هزینه، ادراک کیفیت خدمات، رضایت مشتری، نیات رفتاری