تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت و وفاداری بیماران: مطالعه موردی در آزمایشگاه‌های بیمارستان‌های خصوصی

مهرداد نصراله‌زاده ثابت[1]، محمد فاریابی[2]

۱- گروه فناوری های نوین دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی آجا، نویسنده مسئول۲- گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه تبریز .

اطلاعات مقاله

نوع مقاله
پژوهشی

تاریخچه مقاله
دریافت :
پذیرش :

کلید واژگان
کیفیت خدمات ادراک شده، رضایت، وفاداری نگرشی، وفاداری رفتاری

نویسنده مسئول
Email:
Dr.m.sabet@gmail.com

چکیده

مقدمه: پژوهش حاضر، تاثیر کیفیت خدمات و رضایت را به هر یک از انواع وفاداری (نگرشی و رفتاری) در آزمایشگاه‌های بیمارستان‌های خصوصی کشور مورد بررسی قرار داده است.

روش کار: این پژوهش با ارائه و آزمایش تجربی یک مدل مفهومی در سال ۱۳۹۷ انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش افرادی بودند که در طول یک سال گذشته سابقه استفاده از خدمات آزمایشگاهی بیماستان‌های خصوصی کشور را داشتند. با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۳۸۴ پرسشنامه جمع‌آوری گردیده است. داده‌ها با روش‌های آماری و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها: کیفیت خدمات بر رضایت بیماران و رضایت بیماران بر وفاداری نگرشی آن‌ها تاثیر مثبت و معنادار دارد ولی تاثیر مستقیم رضایت بر وفاداری رفتاری مورد تایید قرار نمی‌گیرد و رضایت از طریق وفاداری نگرشی بر وفاداری رفتاری تاثیر دارد. همچنین تاثیر غیرمستقیم کیفیت خدمات بر وفاداری نگرشی از طریق ایجاد رضایت مورد تایید قرار گرفت ولی تاثیر غیرمستقیم آن بر وفاداری رفتاری مورد تایید قرار نگرفت.

نتیجه‌گیری: وفاداری رفتاری در بیماران از طریق ایجاد وفاداری نگرشی حاصل می‌شود و رضایت به صورت مستقیم و کیفیت خدمات از طریق ایجاد رضایت بر شکل‌گیری وفاداری رفتاری تاثیری ندارند.

مقدمه

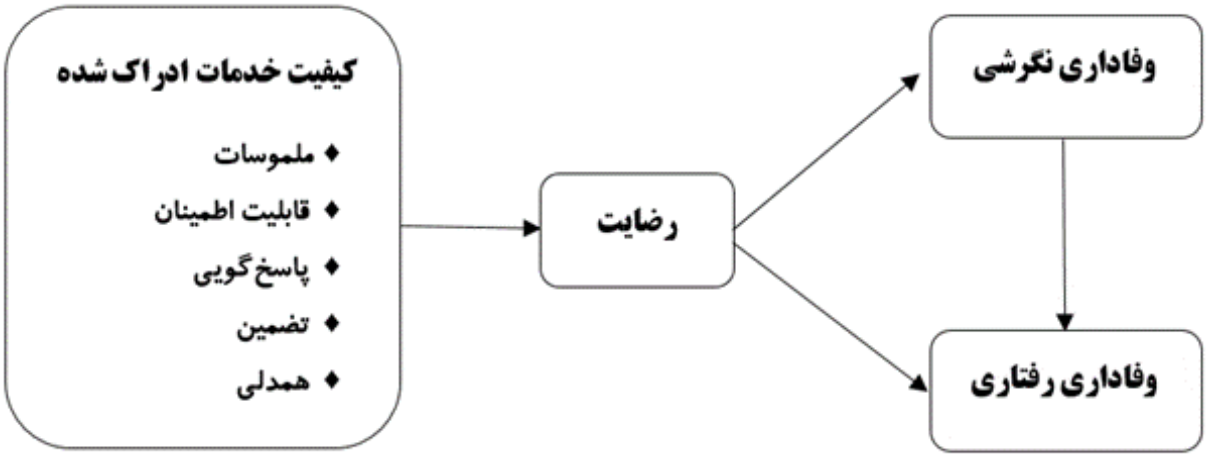
تعیین کیفیت در ارائه خدمات سلامت با چالش‌های خاصی همراه است و یک سازمان ارائه دهنده خدمات سلامت به دلیل ماهیت نامحسوس خدمات و ترکیبی از نیروی انسانی حرفه‌ای مختلف یک سازمان پیچیده است (۱). کیفیت اقدامات بالینی و غیربالینی (فرایندی) به عنوان دو عامل متفاوت در ارائه خدمات سلامت مطرح هستند.کیفیت اقدامات بالینی به صورت "کیفیت فنی ارائه شده حاصل از روش‌های پزشکی" تعریف می‌شود. در حالی که کیفیت اقدامات غیربالینی (فرایندی) به صورت نتایج حاصل از فرایند ارائه خدمات (غیرفنی) در طی مراحل پزشکی و خارج از آن تعریف می‌شود. زمان انتظار بیماران برای دریافت خدمات، طرز برخورد و رفتار کارکنان نمونه‌ای از اقدامات غیربالینی می‌باشند. تشخیص کیفیت عناصر اقدامات بالینی ممکن است برای بیماران دشوار باشد زیرا بیماران به احتمال زیاد فاقد آموزش‌های تخصصی پزشکی می‌باشند. از طرف دیگر، کیفیت فرایندها که نحوه ارائه مراقبت‌های بهداشتی را شامل می‌شود به آسانی مورد قضاوت بیماران قرار می‌گیرد. کیفیت اقدامات بالینی و غیربالینی به صورت توام ادراک بیماران از کیفیت خدمات مراقبت سلامت را تحت تاثیر قرار می‌دهد و ادراک از کیفیت خدمات در اقدامات مراقبت سلامت بسیار مهم می‌باشد (۲). در مطالعات قبلی اظهار شده است که بیماران در یک مرکز مراقبت سلامت بیشتر به ویژگی‌های کارکردی مانند امکانات، پاکیزگی و طرز برخورد پرسنل به جای ویژگی‌های فنی متکی هستند، زیرا آن‌ها معمولا دارای تخصص پزشکی نیستند (۳). در مطالعات قبلی همچنین به اهمیت تحقیقات در حوزه رضایت مشتری و کیفیت خدمات اشاره شده است (۴ , ۵) و بررسی پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد که کیفیت خدمات ادراک شده به عنوان مهم‌ترین عامل در ایجاد رضایت‌مندی در مشتریان و متعاقبا عامل ایجاد وفاداری در آن‌ها است (۶, ۷, ۸, ۹). مفهوم وفاداری که برای اولین بار در دهۀ ۱۹۴۰ مطرح شد؛ مفهومی تک بعُدی بود. در ادامه محققان دریافتند که وفاداری می‌تواند ترکیبی از وفاداری نگرشی و رفتاری باشد (۱۰) که در بررسی روابط بین رضایت و وفاداری در مطالعات مربوط به حوزه سلامت به این موضوع توجه نشده است. وفاداری نگرشی به تمایل مشتری برای توصیه یک خدمت و حفظ نگرش‌های مثبت عمومی اشاره می‌کند ولی وفاداری رفتاری اشاره به اقداماتی دارد که از این نگرش‌ها حاصل می‌شود. محققان اظهار کردند که بررسی‌های انجام شده

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

در رابطه بین رضایت و وفاداری، راهنمای خوبی برای فعالان کسب و کار نیستند (۱۱)، لذا به اهمیت تفاوت‌ها در تعاریف وفاداری و نحوه اندازه‌گیری آن در مطالعات مختلف اشاره نمودند. همچنین عنوان شده است که بیشتر تحقیقات کاربردی؛ وفاداری را در دو گروه (رفتاری و نگرشی) دسته بندی نکرده یا بر روی یکی از آنها تمرکز نموده‌اند و هنوز واضح نیست که تحت چه شرایطی استراتژی ایجاد وفاداری رفتاری می‌تواند برای وفاداری نگرشی هم مورد استفاده قرار گیرد و برای دسته‌بندی واضح دو سازه وفاداری نگرشی و رفتاری نیاز به مطالعات بیشتری است (۱۲). لذا با توجه به مطالب بیان شده، بایستی ابعاد ویژه کیفیت خدمات که رضایت و وفاداری بیمار را تحت تاثیر قرار می‌دهند و همچنین مکانیسم ایجاد وفاداری نگرشی و رفتاری مشخص شوند تا براساس آن مدیران مجموعه‌های ارائه دهنده خدمات سلامت مانند آزمایشگاه‌ها بتوانند استراتژی‌های رقابتی تنظیم نموده و بقاء و موفقیت خود را در آینده تضمین نمایند. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت و وفاداری بیماران که از خدمات آزمایشگاه‌های بیمارستان‌های خصوصی در کشور استفاده کرده‌اند می‌باشد. برای سنجش متغیر کیفیت خدمات از مقیاس سرکوال[1] استفاده شده است که هدف از آن تعیین اهمیت کیفیت خدمات غیربالینی ارائه شده بر رضایت کلی بیمار می‌باشد و وفاداری با دو بعد نگرشی و رفتاری مورد بررسی قرار می‌گیرد و از این طریق، مکانیزم ایجاد وفاداری رفتاری که منجر می‌شود افراد در آینده نیز در صورت نیاز برای استفاده از خدمات آزمایشگاهی بیمارستان‌های خصوصی به آن‌ها مراجعه نمایند تعیین می‌گردد.

براساس بررسی پیشینه، مدل مفهومی پژوهش به صورت شکل (۱) ارائه می‌شود.

شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش



روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی بوده و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، توصیفی همبستگی مبتنی بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. جامعه آماری منتخب، افرادی هستند که در طول یک سال گذشته حداقل یک بار از خدمات آزمایشگاهی بیمارستان‌های خصوصی استفاده کرده‌اند. برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شده است و با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، حجم نمونه براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها به کمک نرم‌افزارهای SPSS-22 و Smart pls انجام گرفت. برای ارزیابی روایی پرسشنامه از روایی ظاهری و روایی محتوایی استفاده شد. ارزیابی روایی عاملی پرسشنامه نیز با استفاده از روش تحلیل عاملی تاییدی نشان داد که همه بارهای عاملی بالاتر از محدوده مجاز یعنی ۰/۳ هستند بنابراین هیچ گویه‌ای حذف نشد (شکل ۲). همچنین نتایج حاصل از بررسی روایی همگرا با استفاده از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE) نشان داد که مقدار این شاخص برای همه متغیرها بالاتر از ۰/۵ است بنابراین روایی ابزار مورد استفاده مورد تایید قرار گرفت. برای سنجش پایایی ابزار اندازه‌گیری از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) استفاده شد که مقادیر آن‌ها (بالاتر از ۰/۷) نشان دهنده پایایی لازم ابزار اندازه‌گیری است. اطلاعات مربوط به پرسشنامه‌ی پژوهش در جدول (۱) نشان داده شده است. همچنین برای بررسی برازش کلی مدل از شاخص GOF استفاده شد، مقدار این شاخص در پژوهش حاضر ۰/۵۲ محاسبه شد که نشان دهنده برازش قوی مدل است (۱۶).

۱- Servqual

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

جدول ۱- اطلاعات پرسشنامه پژوهش

متغیر	ابعاد	اختصار	تعداد سوال	کرونباخ	AVE	CR	منابع
کیفیت خدمات ادراک شده	ملموسات	TAN	۳	۰/۷۳۲	۰/۷۴۷	۰/۸۹۹	۱۳
	قابلیت اطمینان	REL	۳	۰/۸۳۱	۰/۶۴۷	۰/۸۴۴	
	پاسخ‌گویی	RES	۳	۰/۷۲۲	۰/۷۷۱	۰/۹۱۰	
	تضمین	AS	۴	۰/۷۶۱	۰/۸۰۷	۰/۹۴۳	
	همدلی	EMP	۲	۰/۷۲۴	۰/۷۹۹	۰/۸۸۸	
وفاداری نگرشی		A.L	۴	۰/۸۲۶	۰/۸۱۲	۰/۹۴۵	۱۴ , ۱۲
وفاداری رفتاری		B.L	۳	۰/۸۱۱	۰/۷۴۶	۰/۸۹۸	
رضایت		C.S	۵	۰/۷۴۹	۰/۷۷۴	۰/۹۴۵	۱۵

یافته‌ها

توزیع نمونه آماری از حیث مشخصات جمعیت‌شناختی بررسی شد که مطابق جدول (۲)، مدل پژوهش در شکل (۲) در حالت ضرایب استاندارد و نتیجه بررسی فرضیه‌ها در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۲- مشخصات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

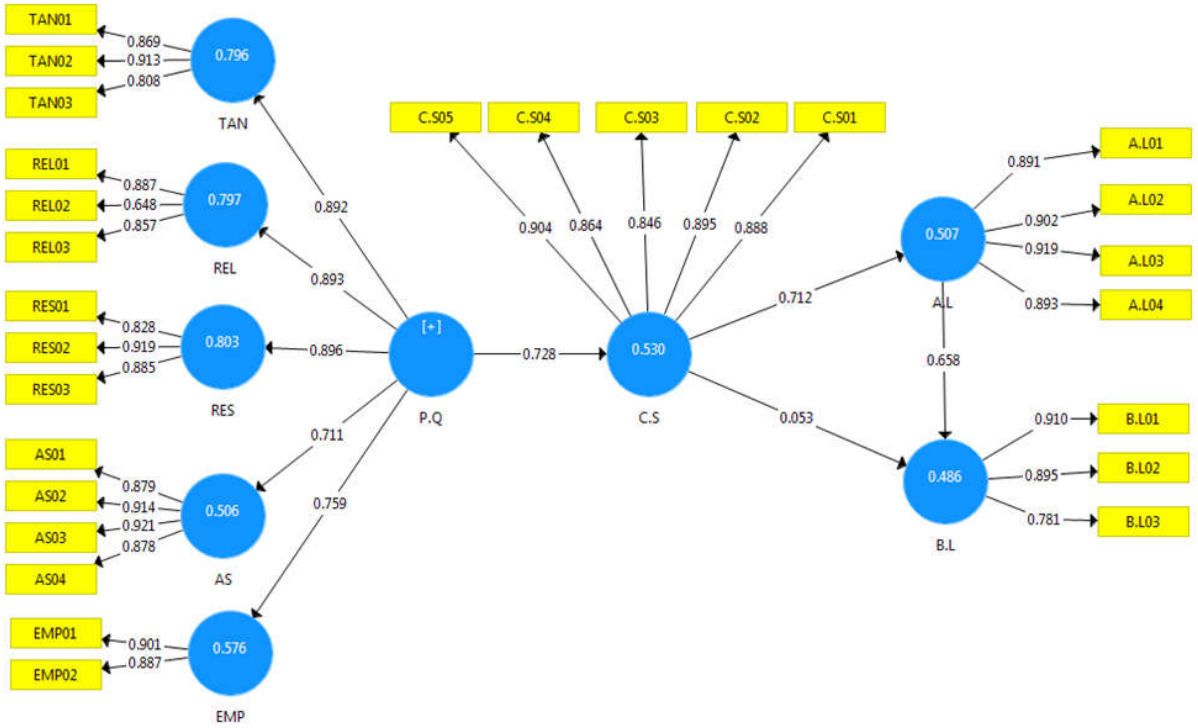
متغیر		تعداد
تاهل	مجرد	۱۳۱
	متاهل	۲۵۳
تحصیلات	دکترا	۸
	فوق لیسانس	۸۴
	لیسانس	۱۳۸
	فوق دیپلم	۴۹
	دیپلم	۱۰۵
سن	بالای ۶۰	۱
	۶۰-۵۱	۳۷
	۵۰-۴۱	۱۲۴
	۴۰-۳۱	۱۱۴
	۳۰-۲۰	۱۰۸
جنسیت	مرد	۱۷۴
	زن	۲۱۰

جدول ۳-نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر (β)	مقدار بحرانی (t)	سطح معناداری (p)	نتیجه
اول	۰/۷۲۸	۱۱/۲۹۵	۰/۰۰۰	تایید
دوم	۰/۷۱۲	۱۱/۰۵۶	۰/۰۰۰	تایید
سوم	۰/۰۵۳	۰/۴۸۲	۰/۶۳۰	عدم تایید
چهارم	۰/۶۵۸	۶/۶۶۸	۰/۰۰۰	تایید
پنجم	۰/۵۱۸	۷/۷۵۵	۰/۰۰۰	تایید
ششم	۰/۰۳۸	۰/۴۸۱	۰/۶۳۰	عدم تایید

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

شکل ۲- مدل ساختاری پژوهش در نرم افزار Smart PLS



بحث و نتیجه‌گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت و وفاداری نگرشی و رفتاری بیماران در آزمایشگاه‌های بیمارستان‌های خصوصی کشور بود. بر این اساس، ابتدا تاثیر مستقیم کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه به بررسی نقش میانجی رضایت بیماران در رابطه بین کیفیت خدمات ادراک شده و وفاداری نگرشی و رفتاری پرداخته شد. سنجش متغیر وفاداری با ابعاد وفاداری نگرشی و وفاداری رفتاری این امکان را فراهم کرد تا مکانیزم ایجاد وفاداری رفتاری که منجر به تکرار رفتار خرید یا استفاده از خدمات از طرف مشتری می‌شود مورد توجه قرار گیرد. نتیجه حاصل از فرضیه اول پژوهش نشان داد که کیفیت خدمات ادراک شده بر رضایت بیماران تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین بررسی نقش هر یک از ابعاد متغیر کیفیت خدمات در ادراک بیماران از خدمات ارائه شده توسط آزمایشگاه نشان داد که بُعد پاسخ‌گویی دارای بیشترین تاثیر است و بعد از آن به ترتیب قابلیت اطمینان، ملموسات، همدلی و تضمین قرار دارند، این نشان می‌دهد که پاسخگو بودن آزمایشگاه نسبت به ارائه خدماتی که بیماران انتظار دریافت آن‌را دارند مهم‌ترین عامل در ادراک آن‌ها از کیفیت خدمات ارائه شده است. در مطالعات مشابه نیز نتیجه گرفته شده است که دو متغیر قابلیت اطمینان و همدلی مهم‌ترین متغیرها در تاثیرگذاری بر رضایت بیماران هستند (۱۷) و همچنین در پژوهشی دیگر، شش معیار شکل‌ظاهری، قدرت پاسخگویی، قابلیت اعتماد، کیفیت اطلاعات، تضمین و همدلی به ترتیب به عنوان مهم‌ترین معیارها در ارزیابی کیفیت خدمات الکترونیک مبتنی بر سرکوال در بخش مراقبت‌های بهداشتی معرفی شده‌اند (۱۸). در مطالعات مختلف عنوان شده است که کیفیت به عنوان عامل اصلی در ایجاد رضایت در مصرف‌کنندگان می‌باشد (۱۹, ۲۰, ۲۱)، نتایج تحقیق حاضر نیز نشان داد که متغیر کیفیت خدمات ادراک شده ۵۳ درصد از تغییرات متغیر رضایت را تبیین می‌کند (R^2 =۰/۵۳)، بر این اساس، آزمایشگاه‌ها باید به اهمیت ارائه خدمات غیربالینی به بیماران توجه نمایند، زیرا ۵۳ درصد از رضایت کلی بیماران به ادارک آن‌ها از کیفیت خدمات غیربالینی ارائه شده بستگی دارد. نتیجه فرضیه دوم نشان داد که رضایت به صورت مستقیم بر وفاداری نگرشی تاثیر مثبت و معنادار دارد، یعنی هر چه میزان رضایت بیماران افزایش یابد منجر به نگرش مثبت آنان نسبت به آزمایشگاه می‌شود. این نتیجه با نتایج پژوهش‌های قبلی (۱۲, ۱۵, ۲۲) همخوانی دارد. نتیجه فرضیه سوم، تاثیر مستقیم رضایت بر وفاداری رفتاری را تایید نکرد و بررسی‌ها نشان داد که وفاداری نگرشی بر وفاداری رفتاری تاثیر مثبت و معنادار دارد و تاثیر رضایت بر وفاداری رفتاری با نقش میانجی وفاداری نگرشی صورت می‌گیرد، به این معنی که ایجاد رضایت در بیمار منجر به وفاداری رفتاری از طرف او نخواهد شد، بلکه رضایت بیمار باعث ایجاد وفاداری نگرشی در او می‌گردد که علاوه بر این‌که باعث می‌شود استفاده از خدمات آزمایشگاهی بیمارستانی را که از آن استفاده کرده است را به دیگران نیز توصیه کند

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

متعاقبا باعث می‌شود که در صورت نیاز خود او نیز مجددا به آن بیمارستان مراجعه کرده و از خدمات آن استفاده نماید. نتایج حاصل از این فرضیه‌ها اهمیت وفاداری نگرشی بیماران نسبت به بیمارستان را نشان می‌دهد. بررسی مسیرهای غیرمستقیم نشان داد که کیفیت خدمات از طریق رضایت بر وفاداری نگرشی تاثیر مثبت و معنادار دارد ولی تاثیر غیرمستقیم کیفیت خدمات از طریق رضایت بر وفاداری رفتاری مورد تایید قرار نگرفت. با توجه به این‌که در بررسی مسیرهای مستقیم نیز تاثیر رضایت بر وفاداری نگرشی تایید ولی تاثیر آن بر وفاداری رفتاری رد شده است، می‌توان اظهار کرد که وفاداری رفتاری در بیماران تنها از طریق ایجاد وفاداری نگرشی حاصل می‌شود و رضایت به صورت مستقیم و کیفیت خدمات از طریق ایجاد رضایت بر شکل‌گیری وفاداری رفتاری تاثیری ندارند، لذا اهمیت ایجاد نگرش مثبت در بیماران نسبت به آزمایشگاهی که از خدمات آن استفاده می‌کنند روشن می‌شود. در این پژوهش سعی شد بر اهمیت کیفیت خدمات غیربالینی در ایجاد رضایت کلی در بیماران و همچنین مکانیزم ایجاد وفاداری در بیماران تمرکز شود. پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی سایر عوامل تاثیرگذار بر رضایت بیماران مورد توجه قرار گیرد. همچنین بررسی شود که چه عوامل دیگری در شکل‌گیری وفاداری نگرشی و متعاقبا وفاداری رفتاری در بیماران نقش دارند.

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

References

1-Aggarwal, A., Aeran, Himanshu., & Rathee, Manu. Quality management in healthcare: The pivotal desideratum, Journal of Oral Biology and Craniofacial Research. https://doi.org/10.1016/j.jobcr.2018.06.006.

2-Tabitha L, James., Eduardo, Villacis Calderon., & Deborah F, Cook. Exploring Patient Perceptions of Healthcare Service Quality through Analysis of Unstructured Feedback, Expert Systems with Applications. doi: 10.1016/j.eswa.2016.11.004

3-Lee, S. D. I Hate My Doctor: Reputation, Defamation and Physician-Review Websites. Health Matrix. 2013; 23, 573.

4-Bowen, D.E., & Schneider, B. A service climate synthesis and future research agenda, Journal of Service Research. 2014; 17(1): 5–22.

5-Vogus, T.J., & McClelland, L.E. When the customer is the patient: Lessons from healthcare research on patient satisfaction and service quality ratings, Human Resource Management Review. http://dx.doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.09.005.

6-Jiang, hongwei; Zhang, yahua. "An investigation of service quality, customer satisfaction and loyalty in China's airline market". Journal of Air Transport Management. 2016; 57: 80-88.

7-Hussain, R., Nasser, A.A., & Hussain, Y.K. Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: an empirical investigation. Journal of Air Transportation Management. 2015; 42: 167-175.

8-Wang, S.W. Do global airline alliances influence the passenger's purchase decision? Journal of Air Transportation Management. 2014; 37: 53-59.

9-Cronin, J.J. Jr., Brady, M.K., & Hult, G.T.M. Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments, Journal of Retailing. 2000; Vol. 76 No. 2: pp. 193-218.

10-Shiri, A., Dehghani Soltani, M., Soltani Banavandi, A., & Azadi, Y. The Effect of Service-orientation on Customer's Loyalty through Mediating Role of Service Quality in Hotel Industry Case Study: Kerman's Pars Hotel. Journal of Tourism and Development. 2017; 6 (11):39-62, [Persian].

11-Kumar, V., Pozza, I. D., & Ganesh, J. Revisiting the satisfaction–loyalty relationship: Empirical generalizations and directions for future research. Journal of Retailing. 2013; 89 (3): 246–262.

12-Kamran-Disfani, O., Mantrala, M.K., Izquierdo-Yusta, A., & Martínez-Ruiz, M.P. The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: An empirical investigation. Journal of Business Research. 2017: 77: 14-22.

13-Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. J Retail. 1988; 64(1):12–40.

14-Anand K. Jaiswal, Rakesh Niraj. "Examining mediating role of attitudinal loyalty and nonlinear effects in satisfaction-behavioral intentions relationship", Journal of Services Marketing. 2011; Vol. 25 Iss: 3: pp.17 – 165.

15-Meesala, A., Paul, j. Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. Journal of Retailing and Consumer Services. 2018; 40: 261-269.

16-Tenenhaus ,M., Vinzi, VE., Chatelin, YM., Lauro,C. PLS path modeling. Computational Statistics & Data Analysis. 2005; Volume 48, No 1: 159–205

17-Kitapci, O., Akdogan, C., Dortyol, I.T. The impact of service quality dimensions on patient satisfaction, Repurchase intentions and Word-of-mouth communication in the Public healthcare industry. Procedia - Soc. Behav. Sci. 2014; 148: 161–169.

18-Hamidi, N., Gheibdoust, H., & Ramezanian, M.R. Application of Network Analysis and Fuzzy Topsis to Analyze Electronic Service Quality of Health Care Industry. Journal of health administration. 2014; 17 (55): 17-28, [Persian].

19-Omar, M.A., Schiffman, R.F. Pregnant women's perceptions of prenatal care. Matern.-Child Nurs. J. 1995; 23 (4): 132–142.

20-Gremler, D.D., Gwinner, K.P., & Brown, S.W. Generating positive word-of-mouth communication through consumer-employee relationships. International Journal of Service Industry Management. 2001; 12 (1): 44–59.

21-Radwin, L. Oncology patients' perceptions of quality nursing care. Res. J. Nurs. Health. 2000; 23 (3): 179–190.

22-Almodarresi, S. M., Mohammadi, F. Valuations of Online Shopping Values The price sensitivity and the diversity of buyers. Journal of New Marketing Research. 2015; 2 (17): 127 -146, [Persian].

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]

The Impact of Perceived Service Quality on Patients' Satisfaction and Loyalty, Case Study: Laboratories of Private Hospitals in IRAN

Nasrollahzadeh-Sabet M (MD, PhD)*, Faryabi M (PhD)

Abstract

Introduction: The present study examined the impact of service quality and satisfaction on each type of loyalty (attitudinal and behavioral) in the laboratories of private hospitals in IRAN.

Methods: This research has been carried out by presenting and experimenting a conceptual model in 2018. The statistical population of the study consisted of people who had an experience of using laboratory services in private hospitals during the last year. Using Cochran's formula and simple random sampling, 384 questionnaires were collected. Data were analyzed using statistical methods and structural equation modeling with SPSS and SmartPLS softwares.

Results: The perceived service quality has positive and significant effect on patients' satisfaction. patient satisfaction has positive and significant effect on their attitudinal loyalty. However, the direct effect of satisfaction on behavioral loyalty is not confirmed and satisfaction through attitudinal loyalty affects behavioral loyalty. The results also confirmed the indirect impact of service quality on attitudinal loyalty through satisfaction, but its indirect effect on behavioral loyalty by satisfaction was not confirmed.

Conclusion: Behavioral loyalty in patients is achieved only by creating attitudinal loyalty. And satisfaction directly and the perceived service quality through satisfaction do not affect the formation of behavioral loyalty.

Keywords: Perceived service quality, Satisfaction, Attitudinal loyalty, Behavioral loyalty

---

*Corresponding Author: Department of Histology, Faculty of Medicine, AJA University of Medical Sciences, Tehran, Iran. Email: Dr.m.sabet@gmail.com

[Downloaded from npwjm.ajaums.ac.ir on 2026-11-12]