

عنوان مقاله:

رابطه میان ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری (مورد کاوی مشتریان بانک تجارت در منطقه غرب تهران)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت و کارآفرینی، دوره 5، شماره 3 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسنده:

هستی توکلی - کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی- بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر عبارتست از بیان رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری مشتریان، این تحقیق از نظر هدف کاربردی می باشد. محقق در این تحقیق داده ها یجمع آوری شده را با استفاده از شاخص های آماری توصیفی، خلاصه و طبقه بندی می کند. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان بانک تجارت در محدوده غرب تهران تشکیل می دهند که به علت کثرت مشتریان در هر روز کاری جامعه را نامحدود در نظر گرفتیم و حجم نمونه با استفاده از فرمول ککران تعداد ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد که با روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از ابزارهای کتابخانه ایف نشریات، سایت ها و... بهره برداری شد. جمع آوری داده ها توسط پرسشنامه صورت گرفت. روایی محتوایی پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور تأیید شده است و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. این ضریب برای پرسشنامه عدد ۰/۹۲۹ به دست آمده است. در این پژوهش ابتدا نرمال بودن توزیع متغیرها توسط آزمون کلموگروف اسمیرنوف انجام پذیرفت و نرمال بودن آن منجر گردید. مدل تحقیق مورد نظر از طریق تحلیل مسیر بررسی شد و ضرایب تحلیل مسیر از طریق رگرسیون به دست آورده شد. اثر مستقیم و غیر مستقیم را با کمک ضرایب استاندارد بنا در معادلات رگرسیون به دست آوردیم. اطلاعات و داده های کد گذاری شده پس از تجزیه و تحلیل و پردازش به وسیله رایانه با کمک نرم افزار spss توسط محقق مورد تفسیر و تعبیر قرار گرفت. یافته های تحقیق حاکی از آن است که بین ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری ارتباط مستقیم وجود دارد که البته برای تاثیرگذاری بیشتر این روابط متغیرهای واسطه مانند رضایتمندی و ارزش درک شده به ایجاد رابطه غیرمستقیم منجر می شود.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، رضایتمندی مشتریان، ارزش درک شده، تمایلات رفتاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243063>

