

عنوان مقاله:

تاثیر آمادگی فناورانه مشتریان بانک بر رضایت با میانجی‌گری کیفیت و ارزش درک شده از خدمات، اعتماد مشتریان

محل انتشار:

دوفصلنامه کاوش‌های مدیریت بازرگانی، دوره 13، شماره 25 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:

مهران عابد خراسانی - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی بین‌الملل، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، پردیس بین‌الملل دانشگاه فردوسی مشهد

علیرضا پویا - استاد گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

آذر کفاش پور - دانشیار گروه مدیریت دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

امروزه بانک‌ها برای جلب رضایت مشتریان و سهولت در انجام امور هر روز شیوه‌های نوینی از جمله انواع مختلف خدمات سلف سرویس را در اختیار مشتریان خود قرار می‌دهند. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر آمادگی فناورانه مشتریان و کیفیت خدمات سلف سرویس بر رضایت الکترونیکی مشتریان با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای دو متغیر اعتماد و ارزش درک شده می‌باشد. جامعه آماری پژوهش مشتریان شعب بانک‌های اقتصاد نوین در شهر مشهد است. حجم نمونه تحقیق ۴۱۰ مشتری. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده و برای آزمون فرضیات از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که آمادگی فناورانه مشتریان بر کیفیت خدمات سلف سرویس اثر مثبت و معناداری دارد. کیفیت خدمات سلف سرویس بر رضایت الکترونیکی اثر مثبت و معناداری دارد. نتایج آزمون میانجی‌گری کیفیت خدمات سلف سرویس در رابطه بین آمادگی فناورانه و رضایت الکترونیکی مشتریان نشان داد که اثر غیر مستقیم آمادگی فناورانه بر رضایت الکترونیکی از طریق کیفیت خدمات سلف سرویس معنادار می‌باشد. علاوه بر این نقش میانجی‌گری ارزش درک شده و اعتماد نیز در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است که نتایج بیانگر تایید نقش میانجی‌گری ارزش درک شده می‌باشد. اما نقش واسطه‌ای اعتماد در این رابطه تایید نگردید.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات سلف سرویس، آمادگی فناورانه، رضایت مشتریان، اعتماد، ارزش درک شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1321032>

