

## عنوان مقاله:

چالش کیفیت خدمات در صنعت بانکداری و وفاداری مشتریان

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسنده:

میثم صادقی طرقي - دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان

## خلاصه مقاله:

موسسه های مالی خدماتی در شرایط فعلی نیازمند داشتن مزیت های رقابتی هستند تا رضایت و وفاداری مشتریان را داشته باشند لذا هدف از این پژوهش بررسی تاثیر کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان در شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران می باشد که تحقیق از نوع کاربردی بوده و روش تحقیق توصیفی پیمایشی می باشد. جامعه آماری مربوط به کلیه کارکنان شاغل در شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران می باشد که برابر با ۱۱۰ و جهت برآورد حجم نمونه با توجه به محدود بودن جامعه آماری، کل جامعه به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد و لذا تعداد نمونه آماری برابر با ۱۱۰ می باشد و توضیح اینکه نوع نمونه گیری نیز تصادفی طبقه ای است. ابزار اندازه گیری پژوهش پرسشنامه می باشد که هر دو از نوع استاندارد هستند و برای متغیر مستقل تحقیق (کیفیت خدمات) از پرسشنامه کرونین و تیلور (۱۹۹۲) و برای بررسی و سنجش متغیر وابسته (وفاداری مشتریان) تحقیق نیز از پرسشنامه راندل- تیلی (۲۰۰۵) بهره گرفته شده است. روایی پرسشنامه ها توسط اساتید صاحب نظر تایید شد و پایایی پرسشنامه ها با آلفای کرونباخ تایید شد که این میزان برابر با ۷۹ درصد شد و در نهایت برای تجزیه و تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه ها نیز از آزمون های آلفای کرونباخ، کلموگروف-اسمیرنف و همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که کیفیت خدمات بر وفاداری مشتریان در شعب بانک قرض الحسنه مهر ایران موثر می باشد

## کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، وفاداری مشتریان، صنعت بانکداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1442499>

