

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر سازگاری درک شده بر آگاهی درک شده با نقش میانجی اعتماد درک شده (مورد مطالعه: بانک ملت شعب غرب تهران)

محل انتشار:

دوماهنامه نگرش های نوین مدیریت بازرگانی، دوره 2، شماره 6 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

مهسا آجیلیان تهرانی - کارشناسی ارشد مدیریت گروه مدیریت دانشکده مدیریت دانشگاه پیام نور، ایران

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی تاثیر سازگاری درک شده بر آگاهی درک شده با نقش میانجی اعتماد درک شده (مورد مطالعه: بانک ملت شعب غرب تهران) می باشد. جامعه ی مورد مطالعه ی پژوهش حاضر شامل کلیه ی مشتریان شعب بانک ملت غرب تهران است که از همراه بانک ملت استفاده می کنند. جامعه ی آماری بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر از مشتریان شعب بانک ملت غرب تهران که از همراه بانک ملت استفاده می کنند به عنوان نمونه مورد پژوهش انتخاب خواهند شد. نمونه گیری به شیوه تصادفی ساده است. این پژوهش از نظر هدف، از نوع تحقیقات کاربردی می باشد. این پژوهش از نظر ماهیت و روش توصیفی- پیمایشی است. هدف محقق از انجام این نوع پژوهش توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع می باشد. نتایج پژوهش نشان داد که در سطح اطمینان ۹۹.۹۹ درصد و سطح خطای ۰.۰۱ سازگاری درک شده با در نظر گرفتن نقش میانجی اعتماد درک شده بر آگاهی درک شده مشتریان بانک ملت شعب غرب تهران تاثیر معناداری دارد. در سطح اطمینان ۹۹.۹۹ درصد و سطح خطای ۰.۰۱ سازگاری درک شده بر اعتماد درک شده مشتریان بانک ملت شعب غرب تهران، تاثیر معناداری دارد. در سطح اطمینان ۹۹.۹۹ درصد و سطح خطای ۰.۰۱ اعتماد درک شده بر آگاهی درک شده مشتریان بانک ملت شعب غرب تهران، تاثیر معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

سازگاری درک شده، آگاهی درک شده، اعتماد درک شده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1449312>

