

عنوان مقاله:

رابطه کیفیت درک شده از خدمات بانکداری الکترونیک با رضایت و وفاداری مشتریان

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

محمد هادی عسگری - استادیار گروه مدیریت بازرگانی واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران

سیامک خلعتبری - کارشناس ارشد گروه مدیریت بازرگانی واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران

خلاصه مقاله:

هدف تحقیق حاضر، تحلیل رابطه کیفیت درک شده از خدمات بانکداری الکترونیک با رضایت و وفاداری مشتریان بانک صادرات شعب غرب استان مازندران بوده است. روش تحقیق به لحاظ ماهیت از نوع پیمایشی و از حیث هدف کاربردی می باشد. جامعه آماری تحقیق را مشتریان فعال شعب بانک صادرات غرب استان مازندران تشکیل داده اند که تعداد ۳۸۴ نفر آنها بوسیله فرمول کوکران بعنوان حجم نمونه تعیین شدند. روش نمونه گیری در دسترس بود. جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه های معتبر کیفیت درک شده از خدمات بانکداری الکترونیک همدای (۲۰۱۰)، وفاداری مشتری مهرافروز (۱۳۹۱) و رضایت مشتری گرملر و گوینر (۲۰۰۰) استفاده گردید. روایی پرسشنامه ها توسط اساتید صاحب نظر مورد تایید قرار گرفت و پایایی آنها نیز از طریق آزمون ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. جهت تایید نوع روش آماری از آزمون کولموگروف- اسمیرنوف استفاده گردید و به منظور تحلیل داده ها از تکنیک معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزار آماری Lisrel و نیز نرم افزار آماری Spss استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد که کیفیت درک شده از خدمات بانکداری الکترونیک با رضایت و وفاداری مشتریان رابطه مثبت و معناداری دارند. رضایت مشتریان نیز با وفاداری آنها رابطه مثبت و معناداری دارند.

کلمات کلیدی:

کیفیت درک شده از خدمات بانکداری الکترونیک، رضایت مشتری، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463727>

