

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات آفلاین بر ایجاد وفاداری به برند خدمات عمومی (مطالعه موردی کاربران سامانه دیوار)

محل انتشار:

سیزدهمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

پرویز سعیدی - عضو هیات علمی موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، ایران.

الیاس تمسکنی - دانشجوی کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، ایران.

عبدالحمید فتوحی - دانشجوی کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، ایران.

خلاصه مقاله:

این تحقیق به بررسی تاثیر کیفیت خدمات آفلاین بر ایجاد وفاداری به برند خدمات عمومی کاربران سامانه دیوار پرداخته است. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی - همبستگی است. بر حسب روش تحقیق و نوع داده های مورد نیاز این پژوهش ابزار مورد استفاده پرسشنامه پارک جونیونگ و رنه بی کیم (۲۰۲۱) می باشد. جامعه آماری کاربران سامانه دیوار در سال ۱۴۰۱ می باشند که به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان ۳۸۴ نفر برآورد گردید. در این پژوهش از تکنیک کولموگوروف-اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن توزیع دادهها، به منظور بررسی رابطه بین دو متغیر ی که دارای توزیع نرمال می باشند از ضریب همبستگی پیرسون و برای سنجش فرضیه ها از روش معادلات ساختاری و نرم افزار لیزرل استفاده شد. نتایج و یافته های تحقیق بیانگر این است ملموس بودن بر رضایت مندی، همدلی بر رضایت مندی، رضایت مندی بر وفاداری رفتاری، رضایت مندی بر وفاداری نگرشی و وفاداری نگرشی بر وفاداری رفتاری با قدر مطلق ضریب مسیر بزرگتر از ۳/۰ و قدر مطلق ضریب معناداری بزرگتر از ۹۶/۱ تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات آفلاین، وفاداری به برند خدمات عمومی، کاربران سامانه دیوار.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1673337>

