

## عنوان مقاله:

ابعاد کیفیت خدمات و تأثیر آن بر رضایت مشتری در صنعت بانکداری ایران

## محل انتشار:

کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

## نویسندگان:

وحید حاتمیان - کارشناس ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل، واحد پردیس علوم و تحقیقات

فرهاد رضازاده - کارشناس ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل، واحد پردیس علوم و تحقیقات

علیرضا شیرمحمدزاده - کارشناس ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل، واحد پردیس علوم و تحقیقات

بهروز علی پور - کارشناس ارشد رشته حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل، واحد پردیس علوم و تحقیقات

## خلاصه مقاله:

در سالهای اخیر افزایش تعداد بانک ها منجر به تشدید رقابت در این صنعت شده است. با توجه به افزایش رقابت در این صنعت، بانک ها برای بقا نیاز به شناسایی عواملی دارند که در جذب و حفظ مشتریان موثر می باشد. هدف اصلی از این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر رضایت مشتریان بانک های ایرانی و تاثیر رضایت بر وفاداری در بخش بانکداری ایران است. روش جمع آوری داده ها پرسشنامه و روش نمونه گیری خوشه ای و 391 نفر با سن 18 سال به بالا بعنوان نمونه انتخاب شدند. از روش تحلیل چند متغیره به منظور تحلیل داده ها استفاده شد. یافته های این پژوهش نشان می دهد که ملموس بودن، قابلیت اعتبار، پاسخگویی، اطمینان خاطر، و همدلی تأثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتریان بانک دارد. همچنین این پژوهش نشان داد که رضایت به طور مثبتی وفاداری مشتریان بانک را تحت تأثیر قرار می دهد.

## کلمات کلیدی:

بانک، کیفیت، خدمات، رضایت، وفاداری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/525021>

