

## عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رفتار فروش اخلاقی بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی اعتماد و تعهد مطالعه موردی مشتریان شعب بانک انصار در تهران

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی نوآوری و تحقیق در علوم انسانی مدیریت و معارف اسلامی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

## نویسنده:

هرمز مهرانی - گروه مدیریت، واحد علی آبادکتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آبادکتول، ایران

## خلاصه مقاله:

رفتار فروش اخلاقی می تواند نقش مهمی در شکل گیری و حفظ و نگهداری طولانی مدت روابط با مشتریان داشته باشد. با این حال، در زمینه خدمات مالی، توانایی فروشنده برای تاثیر بر روی وفاداری مشتری و وابستگی به موسسه مالی ممکن است تا حد زیادی توسط رفتارهای آن ها هنگام تعامل با مشتری مشخص گردد. هدف اصلی از انجام پژوهش حاضر تاثیر رفتار فروش اخلاقی بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی تعهد و اعتماد در شعب بانک انصار تهران می باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی است و ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه می باشد. مولفه ها و شاخص ها بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه ای تهیه شده است و همچنین پایایی پرسشنامه از طریق آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه مشتریان (حساب جاری) بانک انصار در سال 1395 می باشند نمونه پژوهش شامل 384 نفر از مشتریان شعب بانک های انصار تهران است که به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب شده اند. نتایج تحقیق نشان داد رفتار فروش اخلاقی بر وفاداری مشتریان با نقش میانجی تعهد و اعتماد رابطه مثبت و معناداری دارد

## کلمات کلیدی:

رفتار فروش اخلاقی، وفاداری مشتریان، اعتماد، تعهد، بانک انصار

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/604456>

