

عنوان مقاله:

تاثیر ابعاد کیفیت بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: شعب موسسه اعتباری کوثر شهرستان خرم آباد)

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

مجتبی گنجی زاده - کارشناس ارشد مدیریت بازاریابی

خلاصه مقاله:

محیط بسیار رقابتی پویا و پیچیده صنعت بانکداری و رشد فزاینده تقاضای مشتریان تغییرات بسیاری را در این صنعت ایجاد کرده است، از این رو وفاداری الکترونیکی به یکی از موضوعات مورد توجه در فضای کسب و کار الکترونیکی برای حفظ هرچه بیشتر مشتریان تبدیل شده است. تحقیق حاضر با هدف تعیین تاثیر ابعاد کیفیت بسترهای خدمات آنلاین از طریق رضایت مشتری بر وفاداری مشتریان انجام شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه ی مشتریان شعب موسسه اعتباری کوثر شهرستان خرم آباد، میباشد. جهت گردآوری اطلاعات در این تحقیق از پرسش نامه استاندارد استفاده شده است، آزمودن فرضیهها با استفاده از روش مدل سازی معادلات ساختاری و به کمک نرم افزار لیزرل انجام پذیرفت. تحقیق حاضر شامل 5 فرضیه بوده که پس از آزمون فرضیه ها و تحلیل های آماری انجام شده هر 5 فرضیه مورد تایید قرار گرفتند که نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده ها نشان داد که متغیرهای (کارایی خدمات آنلاین، کیفیت اطلاعات، پاسخگویی آنلاین و طراحی وب سایت)، از طریق متغیر مداخله گر رضایت مشتری بر وفاداری مشتریان شعب موسسه اعتباری کوثر شهرستان خرم آباد، تاثیر دارند.

کلمات کلیدی:

کارایی خدمات آنلاین، کیفیت اطلاعات، پاسخگویی آنلاین، طراحی وب سایت، رضایتمندگی، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/610778>

