

عنوان مقاله:

سنجش سطح وفاداری مشتری در بانکداری الکترونیک

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

آریانا دبیری فرد - گروه مدیریت اجرایی، علوم و تحقیقات فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران گروه مدیریت اجرایی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

مینا اخباری آزاد - هیئت علمی گروه مدیریت، گروه مدیریت اجرایی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی میزان تاثیرگذاری رضایت مشتری بر وفاداری مشتریان در حوزه بانکداری الکترونیک میباشد. جهت سنجش پایایی پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که ضریب محاسبه شده برای پرسشنامه مقدار 909.0 بدست آمد. نتایج حاصل از برازش مدل در قالب ضرایب استاندارد تحلیل عاملی تاییدی متغیررضایت مشتری بین 83,0 الی 89,0 و برای وفاداری مشتریان 85,0 الی 88,0 به دست آمد. همچنین با بررسی ضریبهمبستگی رضایت و وفاداری مشتری مقدار 690/0 به دست آمد. قابل ذکر است ضریب برآورد استاندارد رضایت بر وفاداری مشتری 49,0 میباشد. که این ضریب نشاندهنده برازش مطلوب است. نتایج تجزیه و تحلیل دادههای جمع آوری شده نشان داد که در حوزه بانکداری الکترونیکی رضایت مشتری با وفاداری مشتریان ارتباط معنیداری دارد. همچنین فرهنگ با وفاداری مشتریان ارتباط معنیدار و همبستگی منفی دارد و سن، جنسیت و تحصیلات مشتری بر وفاداری تاثیر ندارد.

کلمات کلیدی:

بانکداری الکترونیک، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، فرهنگ، جنسیت، سن، تحصیلات، بانک تجارت، شیراز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/643318>

