

عنوان مقاله:

تاثیر همدلی کیفیت بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان (مطالعه ای در شعب بانک ملی شهرستان بروجرد)

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

حسام یاریاری - دانشجوی کارشناسی ارشد گروه مدیریت، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود-ایران

داوود خدادادیان - عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود-ایران

مرضیه آسترکی - عضو هیات علمی گروه مدیریت، واحد دورود، دانشگاه آزاد اسلامی، دورود-ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف بررسی تاثیر همدلی کیفیت بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان در شعب بانک ملی شهرستان بروجرد انجام شده است. روش تحقیق مورد استفاده از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی میباشد. جامعه آماری تحقیق را مشتریان شعب بانک ملی شهرستان بروجرد تشکیل میدهند که تعداد آنها نامحدود است و با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران تعداد $n=384$ نفر به روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس بعنوان نمونه انتخاب شدهاند. برای گردآوری دادهها از ابزار پرسشنامههای استاندارد شامل پرسشنامه استاندارد سنجش وفاداری مشتریان زو و همکاران (2002) (و پرسشنامه استاندارد سنجش کیفیت خدمات پارسورامان (2005) (استفاده شده است. دادههای جمع آوری شده از طریق آزمونهای آماری از جمله آزمون نرمال سنجی کلموگروف- اسمیرنوف، آزمون رگرسیون خطی ساده و تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای spss و Amos مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان میدهد که همدلی کیفیت بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات، قابلیت اطمینان، پاسخگو بودن، ضمانت و تضمین، همدلی، بعد ملموس، وفاداری مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/680441>

