

عنوان مقاله:

تاثیر ضمانت و تضمین بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان (مطالعه ای در شعب بانک ملی شهرستان بروجرد)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی مطالعات نوین مدیریت در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

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 ضمانت و تضمین 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 می باشد. جامعه آماری تحقیق را مشتریان شعب بانک ملی شهرستان بروجرد تشکیل می دهند که تعداد آنها نامحدود است و با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه کوکران تعداد $n=34$ نفر به روش نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس بعنوان نمونه انتخاب شده اند. برای گردآوری داده ها از ابزار پرسشنامه های استاندارد شامل پرسشنامه استاندارد سنجش وفاداری مشتریان زو و همکاران 2002 و پرسشنامه استاندارد سنجش کیفیت خدمات پارسورامان 2002 استفاده شده است. داده های جمع آوری شده از طریق آزمون های آماری از جمله آزمون نرمال سنجی کلموگروف اسمیرنوف، آزمون رگرسیون خطی ساده و تکنیک مدلسازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم افزارهای Amos و spss مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان میدهد که ضمانت و تضمین بسترهای خدمات آنلاین بر وفاداری مشتریان تاثیر دارد.

کلمات کلیدی:

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

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/690722>

