

عنوان مقاله:

تاثیری بانکداری الکترونیکی بر وفاداری مشتریان الکترونیکی با نقش میانجی رضایت مشتریان

محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی تحقیقات بنیادین در مدیریت و حسابداری (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فرزانه توکلی روزبهانی - کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی تاکستان، گروه مدیریت، تاکستان، قزوین، ایران

مصطفی زارع نژاداشکذری - کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی تاکستان، گروه مدیریت، تاکستان، قزوین، ایران

محمدجواد نادری باغ داسر - کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی تاکستان، گروه مدیریت، تاکستان، قزوین، ایران

خلاصه مقاله:

در این تحقیق به تاثیر کیفیت بانکداری بر رضایت و وفاداری مشتریان آنلاین پرداخته شده است. روش انجام تحقیق حاضر توصیفی و از نوع پیمایشی بوده که به شکل میدانی صورت گرفته است. جامعه آماری این تحقیق شامل مشتریان الکترونیکی بانک سپه شهر تهران تشکیل دادند. تعداد نمونه ها 384 نفر، براساس فرمول کوکران تعیین گردید. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه ماسلیم و همکاران (2016) اقتباس شده. تجزیه و تحلیل داده ها، از آمار توصیفی نظیر میانگین، فراوانی، حداقل، حداکثر، و انحراف استاندارد برای توصیف جامعه و در آمار استنباطی از تکنیک آماری کولموگروف برای تعیین نرمال بودن داده ها و از آزمون تحلیل مسیر با استفاده از نرم افزار ایموس انجام پذیرفت. نتایج و تحلیل داده ها نشان داد که کیفیت خدمات آنلاین بر رضایت مشتری آنلاین تاثیر مثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

کیفیت خدمات الکترونیکی، رضایت مشتری، وفاداری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/987072>

