چکیده:

بسیاری ازمحققین درحوزه ی بازاریابی به بررسی وفاداری مشتری ومفاهیم بنیادین مرتبط با آن پرداخته اند . درواقع وفاداری یکی ازعناصرکلیدی درموفقیت یک سازمان به شمارمیرود.از این روکارکنان سازمان عنصری کلیدی برای موفقیت در این حوزه به شمار می آیند، چرا که کارکنان، به خصوص در شرکتها وسازمان های خدماتی آخرین حلقه زنجیره ارتباطی با مشتری هستند و مسئولیت برآوردن انتظارات مشتری از طریق ارائه خدمات باکیفیت برعهده آنهامیباشد.ازاین رو،درتحقیق حاضربه بررسی تاثیراعتمادمشتریان برکارکنان و ایجاد وفاداری آنهادرشعب بانک مسکن استان گیلان پرداخته شده است.جامعه آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک مسکن استان گیلان می باشند،که از روش نمونه گیری غیراحتمالی دردسترس و با استفاده از فرمول کوکران تعداد۳٦۷ نفرازبین جامعه آماری تحقیق به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.این پژوهش ازنظرهدف تحقیق،ازنوع کاربردی می باشدوطرح تحقیق دراین پژوهش،توصیفی-تحلیلی ازنوع همبستگی است.همچنین ازپرسشنامه استاندارد برای گردآوری داده ها کمک گرفته شده است.برای تجزیه وتحلیل داده ها نیزازآزمون های کولموگوروف-اسمیرنف جهت تعیین نوع توزیع داده‌هاوبهره گیری ازرویکردمدل سازی معادلات ساختاری و روش تحلیل مسیر برای برازش کلی مدل وآزمون فرضیه‌ها استفاده شده است.نتایج نشان می دهدکه اعتماد مشتری به کارکنان بر وفاداری آنها واعتماد مشتری به سازمان بر وفاداری آنها تاثیرمثبت و معناداری دارد.

کلمات کلیدی: اعتمادمشتریان،اعتماد مشتریان برکارکنان،اعتماد مشتریان به سازمان،وفاداری