

دانشگاه آزاد اسلامي

واحد رشت

دانشکده مدیریت و حسابداری

گروه آموزشی مدیریت بازرگانی

پایان نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

**رشته: مدیریت بازرگانی گرایش: داخلی**

عنوان:

مطالعه ی نقش تعهد مشتری در ارتباط بین کیفیت خدمات و وفاداری نگرشی

(مورد مطالعه: مشتريان بانک صنعت و معدن)

استاد راهنما:

دکتر محمد حسن قلی زاده

نگارش:

مریم کاردوست جورشری

شهریور 1395





دانشگاه آزاد اسلامي

واحد رشت

دانشکده مدیریت و حسابداری

گروه آموزشی مدیریت بازرگانی

پایان نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد

**رشته: مدیریت بازرگانی گرایش: داخلی**

عنوان:

مطالعه ی نقش تعهد مشتری در ارتباط بین کیفیت خدمات و وفاداری نگرشی

(مورد مطالعه: مشتريان بانک صنعت و معدن)

استاد راهنما:

دکتر محمد حسن قلی زاده

نگارش:

مریم کاردوست جورشری

شهریور 1395

**صورتجلسه دفاع**

واحد رشت



**شماره:................................**

**تاریخ:................................**

**پیوست:..............................**

**باسمه تعالی**

**«تعهدنامه اصالت رساله‌یا پایان نامه»**

اینجانب مریم کاردوست جورشری دانش‌آموخته مقطع کارشناسی ارشد ناپیوسته در رشته: مدیریت بازرگانی گرایش: داخلی که در تاریخ 23/06/95 از پایان‌نامه خود با عنوان **مطالعه ی نقش تعهد مشتری در ارتباط بین کیفیت خدمات و وفاداری نگرشی (مورد مطالعه: مشتريان بانک صنعت و معدن) ، با کسب نمره 75/17 و درجه بسیار خوب دفاع نموده­ام، بدینوسیله متعهد می شوم:**

1. **این پایان نامه/ رساله حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران(اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست مربوطه ذکر و درج کرده‌ام.**
2. **این پایان‌نامه/ رساله قبلا برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی(هم‌سطح، پایین‌تریا بالاتر) در سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی ارائه نشده است.**
3. **چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و... از این پایان‌نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.**
4. **چنانچه در هر مقطعی زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را می‌پذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.**

**نام و نام خانوادگی:** مریم کاردوست جورشری

**تاریخ و امضاء**

**تقدیر و تشکر**

سپاس خالق یگانه را که توفیق آموختن دانش عنایت نمود

و چنین مقدر فرمود که از پیشگاه اساتید بزرگواری بهره‌مند گردم

و بتوانم گامی‎ناچیز در کسب معرفت و آگاهی بردارم.

بر خود لازم می‌دانم که از یکایک بزرگان و عزیزانی که در تهیه و تدوین این پایان نامه از لطف و عنایتشان بهره‌مند بوده‌ام صمیمانه تشکر کنم.

**تقدیم به:**

خانواده عزیزم

**فهرست مطالب**

**عنوان شماره صفحه**

چکیده 1

**فصل اول: کلیات تحقيق**

1-1- مقدمه 3

1-2- بیان مسئله 3

3-1- اهمیت و ضرورت پژوهش 6

1-4- اهداف پژوهش 8

1-5-چارچوب نظری پژوهش 8

1-6-فرضیه های پژوهش 10

1-7-تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها 10

1-8-قلمرو تحقیق 12

1-8-1- قلمرو موضوعی 12

1-8-2- قلمرو مکانی 12

1-8-3- قلمرو زمانی 12

**فصل دوم: ادبیات موضوعی و پیشینه تحقیق**

**بخش اول: وفاداری**

2-1-1- مقدمه 15

2-1-2- تشریح مفهوم وفاداری 15

2-1-3- رویکردهای وفاداری 16

2-1-4- مراحل توسعه وفاداری 19

2-1-5- طبقه بندی مشتریان 20

2-1-6- منافع وفاداری برای برندها و مشتریان 25

2-1-7- عوامل مؤثر بر وفاداری مشتریان به برند 25

**بخش دوم: تعهد مشتری**

2-2-1- مقدمه 28

2-2-2- اهمیت تعهد مشتری 28

2-2-3- تعاریف تعهد مشتری 29

2-2-4- نظریه های مرتبط با تعهد مشتری 30

2-2-5- ارتباط تعهد مشتری و متغیرهای دیگر 30

**بخش سوم: کیفیت خدمات**

2-3-1- مقدمه 33

2-3-2- اهمیت کیفیت خدمات 34

2-3-3- تعاریف کیفیت خدمات 36

2-3-4- مدل های و نظریه های مرتبط با کیفیت خدمات 38

**بخش چهارم: پیشینه تحقیق**

2-4-1- مقدمه 47

2-4-2- پیشینه داخلی 47

2-4-3- پیشینه خارجی 52

**فصل سوم: روش اجرای تحقیق**

3-1- مقدمه 56

3-2- روش اجرای پژوهش 56

3-3- جامعه ونمونه آماری 57

3-4- روش گردآوری داده ها و اطلاعات 58

3-5- روایی 59

3-6- پایایی 60

3-7- روش های آماری تجزیه وتحلیل داده ها و اطلاعات 61

3-7-1- بخش توصیفی داده‌ها 62

3-7-2- بخش تحلیلی داده ها 62

3-8- مدل معادلات ساختاری (SEM) 62

**فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده ها**

4-1- مقدمه 67

4-2- توصيف ويژگی هاي جمعيت شناختي پاسخ دهندگان: 67

4-3- توصیف متغیرهای پژوهش 72

4-4- آزمون نرماليته 74

4-5- بررسی مدل پژوهش 75

4-5-1- بررسی مدل پژوهش در حالت اعداد استاندارد 75

4-5-2- بررسی مدل پژوهش در حالت اعداد معنی داری 76

4-5-3- بررسی بار عاملی شاخص های مدل اندازه گیری پژوهش 77

4-4-4- بررسی شاخص های معنی داری و برازش مدل کلی پژوهش 78

4-5-5- بررسی تاثیر مستقیم و غیر مستقیم حاصل از آزمون مدل 78

4-5-6- بررسی قدرت تبیین مدل 79

4-5-7- آزمون فرضیه های پژوهش 79

**فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادات**

5-1- مقدمه 82

5-2- نتایج آمار توصیفی 82

5-3- نتایج آمار استنباطی و بحث 83

5-4- پیشنهادهای کاربردی بر مبنای یافته‌های پژوهش 85

5-5- محدودیت‌های پژوهش 86

5-6- پیشنهادات برای پژوهش های آتی 86

منابع 87

پیوست‌ها 94

**فهرست جداول**

**عنوان شماره صفحه**

جدول 2-1- ابعاد و مؤلفه هاي کیفیت خدمات در مدل سروکوال 40

جدول 2-2- مدل های مختلف کیفیت خدمات 45

جدول 3-1- محاسبه انحراف معیار پیش آزمون 58

جدول 3-2- وضعیت پرسش نامه های توزیع شده و مورد تجزیه و تحلیل 58

جدول3-3- صفات کمی و ارزش های عددی گزینه های پرسشنامه 59

جدول 3-4- سهم متغیرها در پرسشنامه 59

جدول 3-5- ضرایب آلفای کرونباخ 61

جدول 4-1- توصیف جنسيت پاسخ دهندگان 68

جدول 4-2- توصیف ميزان تحصيلات پاسخ دهندگان 69

جدول 4-3- توصیف سن پاسخ دهندگان 70

جدول 4-4- توصیف سابقه استفاده از خدمات بانک 71

جدول 4-5- توصیف متغیرهای پژوهش 72

جدول 4-6- آزمون كولموگروف- اسميرنف برای متغیر های پژوهش 74

جدول4-7- جدول بار عاملی شاخص ها 77

جدول 4-8- شاخص های معنی داری و برازش مدل 78

جدول 4-9- ضرایب مسیر مستقیم و غیر مستقیم 79

**فهرست نمودار‌ها**

**عنوان شماره صفحه**

نمودار 4-1- نمودار دایره ای جنسيت پاسخ دهندگان 68

نمودار 4-2- ستونی ميزان تحصيلات پاسخ دهندگان 69

نمودار 4-3- ستونی سن پاسخ دهندگان 70

نمودار 4-4- ستونی سابقه استفاده از خدمات 71

نمودار 4-5- نمودارراداري متغیرهای پژوهش 72

نمودار 4-6- نمودارهیستوگرام متغیرهای تحقیق 73

نمودار 4-7- آزمون مدل پژوهش (حالت اعداد استاندارد) 75

نمودار 4-8- آزمون مدل پژوهش (حالت اعداد معنی داری) 76

**فهرست شکل‌ها**

**عنوان شماره صفحه**

شکل 1-1- مدل نظری پژوهش 9

شکل 2-1- چهار حالت وفاداری 18

شکل2-2- مدل وفاداری چهار مرحله‌ایی اولیور 20

شکل2-3- هرم وفاداری 21

شکل2-4- ضرورت توجه به کیفیت خدمات 35

شکل 2-5- شکاف های خدمات 41