

چکیده:

این تحقیق به بررسی عوامل موثر بر وفاداری مشتری در بانکداری الکترونیکی (موبایل بانکی) در شعب بانک انصار استان گیلان می پردازد. مدل تحقیق برگرفته از تاکور (۲۰۱۴) است. در این تحقیق قابلیت استفاده و خدمات مشتری به عنوان متغیر مستقل، رضایت مشتری و اعتماد به عنوان متغیر میانجی و وفاداری مشتری به عنوان متغیر وابسته تحقیق در نظر گرفته شده اند. جامعه آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک انصار استان گیلان که از خدمات موبایل بانکی این بانک استفاده نموده اند، می باشد که مطابق آمار اداره کل این بانک تعداد آن ۷۵۰۰۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان، ۴۵۰ نفر تعیین گردیده است. شیوه نمونه گیری نیز غیراحتمالی در دسترس است. بدین صورت که از بین مشتریان شعب بانک انصار استان گیلان، ۳۸۰ پرسشنامه جمع آوری گردید. پژوهش حاضر بر اساس هدف از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، تحقیقی توصیفی و از نوع همبستگی است. روش گردآوری اطلاعات میدانی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد و روش تجزیه و تحلیل داده ها، از تحلیل معادلات ساختاری میشود. روایی تحقیق با استفاده از روایی محتوا از طریق اساتید محترم و خبرگان مورد سنجش قرار گرفت. پایایی تحقیق نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ سنجیده و تایید می گردد که میزان آلفای بالاتر از ۰/۷۰ قابل قبول تلقی می شود. در این تحقیق به منظور بررسی نرمال بودن متغیرها از آزمون کولوموگروف اسمیرنوف استفاده شد. از آنجائیکه متغیرها نرمال بودند و هدف تحقیق سنجش تاثیر گذاری بین متغیرها بود لذا از تحلیل معادلات ساختاری استفاده گردید. نتایج تحقیق نشان داد که قابلیت استفاده تاثیر مستقیم و مثبت بر روی رضایت مشتری، خدمات مشتری و اعتماد مشتری در تجارت موبایل - بانک می گذارد. خدمات مشتری تاثیر مستقیم و مثبت بر روی رضایت مشتری، اعتماد مشتری و خدمات مشتری در تجارت موبایل - بانک می گذارد. رضایت مشتری و اعتماد مشتری تاثیر مستقیم و مثبت بر روی وفاداری مشتری در تجارت موبایل - بانک می گذارد.

کلمات کلیدی: قابلیت استفاده، رضایت مشتری، خدمات مشتری، اعتماد مشتری، وفاداری مشتری