

چکیده

یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک، وجود سیستم بانکداری الکترونیکی است که همگام با سیستم های جهانی مالی و پولی عمل و فعالیت های مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل کند. بخاطر این که همه شرکت ها در حال تبدیل شدن به تجارت الکترونیکی هستند. زیرا به آنها اجازه می دهد تا کارآمدتر از رقبای در حال حاضر بدون فن آوری تجارت الکترونیکی باشند. در این راستا هدف اصلی تحقیق تبیین وفاداری مشتریان استفاده کننده از خدمات بانکداری اینترنتی بانک ملی استان گیلان با تاکید بر ابعاد کیفیت خدمات الکترونیکاست. پژوهش جاری از نوع پژوهش های کاربردی و از نظر دسته بندی پژوهش بر حسب نحوه ی گردآوری داده ها از نوع تحقیقات توصیفی است. جامعه ی آماری تحقیق تمامی مشتریان اینترنتی بانک ملی استان گیلان است. با توجه به اینکه تعداد نمونه مورد نظر بر حسب دارا بودن بهترین شرایط، برای ارائه ی اطلاعات مناسب انتخاب می شوند، به همین دلیل روش نمونه گیری هم از نوع نمونه گیری غیراحتمالی در دسترس است. با توجه به این که جامعه آماری در تحقیق از نوع نامحدود است، از فرمول کوکران نامحدود مقدار نمونه تخمین زده شد و تعداد نمونه برابر با ۳۷۸ نفر می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از توزیع پرسشنامه از تکنیک مدل سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است و به طور کلی کلیه تجزیه و تحلیل داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و PLS انجام شده است. نتیجه فرضیه های تحقیق حاکی از تاثیر مثبت و معنی دار کیفیت شبکه، خدمت دهی به مشتری، کیفیت اطلاعات و امنیت بر وفاداری رفتاری مشتریان دارد. تاثیر مثبت و معنی دار کیفیت شبکه، خدمت دهی به مشتری، کیفیت اطلاعات و امنیت بر وفاداری نگرشی مشتریان هم به تایید رسید. همچنین نقش میانجی وفاداری رفتاری در ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک و وفاداری نگرشی مشتریان نیز تایید شد. از طرفی نقش تعدیل گری میزان استفاده از اینترنت در ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک و وفاداری رفتاری مشتریان و نقش تعدیل گری میزان استفاده از اینترنت در ارتباط بین ابعاد کیفیت خدمات الکترونیک و وفاداری نگرشی مشتریان هم مورد تایید قرار گرفت.

واژگان کلیدی: کیفیت خدمات الکترونیکی، وفاداری رفتاری، وفاداری نگرشی، میزان استفاده از اینترنت، بانک ملی، حداقل مربعات جزئی.