

چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی سنجش تاثیر کیفیت خدمات، رضایت، اعتماد و تعهد، به عنوان پیش سازهای وفاداری مشتری در شعب بانک ملت استان گیلان است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است و روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. در تحقیق حاضر جامعه آماری مورد بررسی، مشتریان شعب بانک ملت استان گیلان است. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری جهت محاسبه حداقل حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه نامحدود استفاده می‌شود. بنابراین تعداد ۴۱۲ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که با استفاده از روش نمونه برداری غبراحتمالی در دسترس به عنوان نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند. با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید در سطح ۹۵٪ تعهد مشتری بر وفاداری مشتری تأثیر معنی داری دارد. اعتماد مشتری بر تعهد مشتری و وفاداری مشتری تأثیر معنی داری دارد. رضایت مشتری بر اعتماد مشتری و تعهد مشتری تأثیر دارد. و نهایتاً اینکه کیفیت خدمات بر رضایت مشتری تأثیر معنی داری دارد.

کلمات کلیدی: تعهد مشتری، وفاداری مشتری، اعتماد مشتری، رضایت مشتری و کیفیت خدمات