

## چکیده

هدف کلی این تحقیق بررسی رابطه کیفیت خدمات الکترونیکی درک شده، با رضایتمندی، و تبلیغات دهان به دهان است. روش تحقیق از نوع توصیفی و هدف آن کاربردی است. روش گردآوری داده‌ها میدانی و ابزار آن پرسشنامه است. جامعه مورد بررسی در این پژوهش کاربران وب سایت شهرداری رشت می‌باشد و روش نمونه گیری مورد استفاده، روش غیر احتمالی دردسترس می‌باشد. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران نامحدود استفاده شده است و حداقل حجم نمونه ۴۱۲ نفر است. در نهایت پرسشنامه‌ها جمع‌آوری و داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS 22 و smart pls 2 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید در سطح ۹۵٪ بین کیفیت خدمات الکترونیک درک شده و ابعاد آن (بعد تکمیل خدمت، بعد دسترسی، بعد کارایی، بعد امنیت، بعد جبران خسارت، بعد ارتباط، و بعد پاسخگویی) با رضایت مشتریان رابطه معناداری وجود دارد، بین کیفیت خدمات الکترونیک درک شده و ابعاد آن با تبلیغات دهان به دهان رابطه معناداری وجود دارد؛ و همچنین بین رضایت مشتریان با تبلیغات دهان به دهان رابطه معناداری وجود دارد.