

بررسی تاثیر عوامل اعتماد، کیفیت خدمات و دلبستگی عاطفی بر وفاداری مشتریان در صنعت بانکداری (مورد مطالعه: مشتریان شعبات بانک ملی در استان گیلان)

سونیا خداپرست *، 181،

1395-11-30

وفاداری به عنوان تعهد عمیق مشتری به یک برند تعریف می‌شود. وفاداری مشتریان، امروزه کلید موفقیت تجاری محسوب می‌شود با افزایش وفاداری سهم بازار و میزان سوددهی بنگاه اقتصادی بالا می‌رود. درک بازار با برنامه‌ریزی و اتخاذ استراتژی‌های مناسب جهت وفادار کردن مشتریان و افزایش نرخ خرید آن‌ها، منافع بلند مدت برای بنگاه اقتصادی به وجود می‌آورد. با پیشرفت فن‌آوری و رقابتی شدن شرایط بازار به خصوص در صنایع خدماتی، مشتری وفادار به عنوان سرمایه اصلی هر شرکتی محسوب می‌شود. تحقیق حاضر درصدد پاسخ به این سؤال است عوامل مرتبط با وفاداری مشتریان بانک ملی در استان گیلان با توجه به نقش میانجی‌گری دلبستگی عاطفی کدام است، نتیجه تأیید و رد فرضیه‌های مطرح شده با توجه به مدل ارائه شده کدام است فرضیه‌های تحقیق عبارتند از: دلبستگی عاطفی مشتریان ارتباط مثبتی با وفاداری مشتریان دارد، رضایت مشتریان ارتباط مثبتی با وفاداری مشتری دارد، دلبستگی عاطفی مشتریان ارتباط مثبتی با رضایت مشتریان دارد، کیفیت خدمات ارتباط مثبتی با وفاداری مشتریان دارد، کیفیت خدمات ارتباط مثبتی با دلبستگی عاطفی مشتریان دارد، کیفیت خدمات ارتباط مثبتی با اعتماد مشتریان دارد، اعتماد مشتریان ارتباط مثبتی با وفاداری مشتریان دارد، اعتماد مشتریان ارتباط مثبتی با دلبستگی عاطفی مشتریان دارد، اعتماد مشتریان ارتباط مثبتی با رضایت مشتریان دارد. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است. روش گردآوری داده‌ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر مشتریان بانک ملی در استان گیلان می‌باشد. 384 مشتری به عنوان نمونه‌ی تحقیق انتخاب شده‌اند. روش نمونه برداری در تحقیق حاضر، نمونه برداری غیراحتمالی در دسترس بوده است. برای بررسی پایایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ بهره برداری شد که برای همه‌ی متغیرها بالاتر از 7/0 بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و PLS استفاده شد. تمامی فرضیه‌ها تحقیق حاضر مورد تأیید قرار گرفتند به جز اعتماد مشتریان ارتباط مثبتی با رضایت مشتریان. نتایج حاکی از آن است بیشترین شدت ارتباط کیفیت خدمات و اعتماد بوده است. و کمترین شدت ارتباط بین اعتماد و وفاداری بوده است. واژگان کلیدی: اعتماد مشتری، دلبستگی عاطفی، رضایت مشتری، کیفیت خدمات، وفاداری مشتری

کلمات کلیدی : واژگان کلیدی: اعتمادمشتري، دلبستگی عاطفی، رضایت مشتري، کیفیت خدمات، وفاداری مشتري

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)
[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)