

# بررسی نقش واسطه‌ای درک تعهد و تصویر شرکت در تاثیرگذاری اعتماد حاصل از رضایت بر وفاداری مشتریان شعب بانک مسکن استان گیلان

حامد سلیم‌پور آبکنار\*، دکتر میرهادی مؤذن جمشیدی،

1394-11-20

مقدمه: بانک مسکن استان گیلان از سازمان‌هایی است که در چند سال اخیر خدمات قابل توجهی به مشتریان خود ارائه نموده است، جلب اعتماد مشتریان و رضایت مندی و وفاداری مشتریان توسط بانک مسکن استان گیلان مسئله اصلی این تحقیق بشمار میرود. هدف اصلی تحقیق: هدف از این تحقیق بررسی نقش میانجی تعهد و تصویر شرکت بر شکل‌گیری وفاداری مشتری است. روش تحقیق: جامعه آماری این تحقیق مشتریان بانک مسکن استان گیلان است که نا محدود می باشد. نمونه آماری این تحقیق با توجه به جدول مورگان 384 نفر بوده است. و شیوه نمونه‌گیری تحقیق نیز تصادفی ساده است. 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 تحقیق؛ پرسشنامه و در روش تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده 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 70/0 قابل قبول تلقی می شود. پس از بررسی توصیفی متغیرها به منظور بررسی فرضیه‌ها، از تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر استفاده شد و با استفاده از نرم افزار amos18 ضرایب مسیر برای متغیرها بررسی گردید و مدل عملیاتی تحقیق ارائه گردید. بحث و نتیجه‌گیری: همانطور که گفته شد برای بررسی فرضیه‌ها از تکنیک تحلیل ساختارهای عاملی و تحلیل مسیر استفاده شد و روابط علی بر روی هر یک از متغیرهای پنهان بررسی شد. نتایج تحقیق نشان داد که تمام فرضیه‌های تحقیق تایید شد. نتایج تحقیق بصورت زیر است: 1. رضایت مشتری بر اعتماد آنها تاثیر می گذارد. 2. اعتماد مشتری بر روی تصویر از شرکت تاثیر می گذارد. 3. اعتماد مشتری بر روی تعهد درک شده از شرکت تاثیر می گذارد. 4. تصویر از شرکت بر روی وفاداری نگرشی تاثیر می گذارد. 5. تعهد درک شده از شرکت بر روی وفاداری نگرشی تاثیر می گذارد. 6. وفاداری نگرشی بر روی وفاداری رفتاری تاثیر می گذارد.

کلمات کلیدی: کلمات کلیدی: تعهد، تصویر درک شده از شرکت توسط مشتریان بانک مسکن، وفاداری مشتریان

