

بررسی و مطالعه‌ی تاثیر به‌کارگیری تجارت الکترونیک در وفاداری مصرف‌کنندگان در بانک ملی (مورد مطالعه: استان گیلان)

رباب صائبی*، دکتر میترا شعبانی،

1397-3-22

چکیده با وجود مزایای بسیار بانکداری اینترنتی و هزینه‌های سنگین سرمایه‌گذاری بانک‌ها، مشتریان از خدمات بانکداری اینترنتی آنگونه که انتظار می‌رود استفاده نمی‌کنند. هدف اصلی تحقیق حاضر، سنجش تاثیر به‌کارگیری تجارت الکترونیک بر وفاداری مصرف‌کنندگان خدمات مالی بانک ملی در استان گیلان است. از اینرو با توجه به فرمول کوکران 391 نفر از مشتریان به روش غیراحتمالی در دسترس انتخاب شدند. روایی پرسشنامه با استفاده از روایی صوری و تحلیل عاملی (0.860) و پایایی آن با گزارش ضریب آلفای کرونباخ (0.942) مورد تأیید قرار گرفت. جهت آزمون فرضیه‌ها از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج حاصل نشان داد که خودکارآمدی تجارت الکترونیک ادراک شده با توجه به سهولت و منفعت ادراک شده بر وفاداری مشتریان بانک ملی تاثیر مثبت و معنی‌داری دارد. همچنین کیفیت ادراک شده تاثیر مثبتی بر وفاداری مشتریان دارد. به گونه‌ای که ادراکات فرد از مفید بودن با ضریب 85 درصد بیشترین تاثیر و کیفیت ادراک شده کمترین تاثیر را دارد.

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: بانکداری الکترونیک، وفاداری مصرف‌کنندگان، سهولت ادراک شده، کیفیت ادراک شده، منفعت ادراک شده.

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان‌نامه‌ها](#)