

بررسی رابطه کیفیت خدمات الکترونیکی درک شده، با رضایتمندی، و تبلیغات دهان به دهان (مورد مطالعه: وب سایت شهرداری رشت)

فرزانه ابراهیمی نژاد ماسوله *، 173،

1397-06-19

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 نمونه‌گیری مورد استفاده، روش غیر احتمالی در دسترس می‌باشد. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران نامحدود استفاده شده است و حداقل حجم نمونه 412 نفر است. در نهایت پرسشنامه‌ها جمع‌آوری و داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS 22 و pls smart 2 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید در سطح 95% 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.

کلمات کلیدی : کیفیت خدمات الکترونیک، رضایت مشتری، تبلیغات دهان به دهان

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

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)