

بررسی میزان تاثیرگذاری فناوری اطلاعات از سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان بر رابطه بین کیفیت خدمات و اعتماد با رضایتمندی مشتریان بانک سپه استان گیلان

محمد احمدی بلوچی *، 188،

1397-06-26

مدیریت ارتباط با مشتریان یک راهبرد بازاریابی است که کلیه فعالیت‌های مرتبط با مشتریان را یکپارچه می‌کند و یکی از اصلی‌ترین اهداف آن، افزایش میزان رضایت مشتری است. هدف از تحقیق حاضر بررسی میزان تاثیرگذاری فناوری اطلاعات از سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان بر رابطه بین کیفیت خدمات و اعتماد با رضایتمندی مشتریان بانک سپه استان گیلان می‌باشد. تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش پژوهش توصیفی و از نوع علی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق کلیه مشتریان بانک سپه استان گیلان می‌باشد. با توجه به اینکه حجم جامعه آماری تحقیق نامحدود می‌باشد، با کمک فرمول کوکران، نمونه‌ای 161 نفری بر اساس روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس انتخاب شده است. ابزار تحقیق پرسشنامه می‌باشد که روایی آن با استفاده از آزمون آزمایشی و نظر خبرگان، و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفته است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که متغیرهای اعتماد و کیفیت خدمات با رضایتمندی مشتریان رابطه معنی‌داری دارند؛ همچنین نتایج نشان می‌دهد که فناوری اطلاعات به عنوان یک متغیر تعدیلگر تأثیر مثبتی بر متغیرهای اعتماد و کیفیت خدمات داشته که در نهایت منجر به رضایت بیشتر مشتریان می‌باشد.

کلمات کلیدی : فناوری اطلاعات، سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)، کیفیت خدمات، اعتماد، رضایتمندی مشتریان.