

تأثیر کیفیت خدمات بانکداری با تلفن همراه روی کیفیت روابط با مشتریان بانک رفاه کارگران

سعید سیدی اصل *, 187,

1397-06-22

چکیده هدف اصلی این پژوهش تأثیر کیفیت خدمات بانکداری همراه بر کیفیت روابط مشتریان بوده است. روش پژوهش توصیفی- همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه مشتریان شعب بانک رفاه شهر رشت بودند که با استفاده از روش نمونه گیری در دسترس تعداد 394 نفر از مشتریان انتخاب گردیدند. برای جمع آوری داده‌ها از مقیاس کیفیت روابط مشتری با بانکداری همراه استفاده شد. با استفاده از مدل سازی معادلات ساختاری در نرم افزار Amos نسخه 24 فرضیات پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد، لذتمندی (ضریب بتا: 0/095)، طراحی و زیبایی (ضریب بتا: 0/136)، کاربردی بودن (ضریب بتا: 0/163)، امنیت و حریم شخصی (ضریب بتا: 0/094)، اجتماعی بودن (ضریب بتا: 0/175)، اعتماد (ضریب بتا: 0/327) تأثیر معنادار و مستقیمی بر رضایتمندی مشتریان دارند. همچنین لذتمندی (ضریب بتا: 0/215)، طراحی و زیبایی (ضریب بتا: 0/247)، کاربردی بودن (ضریب بتا: 0/200)، امنیت و حریم شخصی (ضریب بتا: 0/271)، اجتماعی بودن (ضریب بتا: 0/207)، تأثیر معنادار و مستقیمی بر اعتماد مشتریان دارند. در آخر طراحی و زیبایی (ضریب بتا: 0/098)، کاربردی بودن (ضریب بتا: 0/145)، امنیت و حریم شخصی (ضریب بتا: 0/189)، اجتماعی بودن (ضریب بتا: 0/112)، اعتماد (ضریب بتا: 0/407) تأثیر معنادار و مستقیمی بر تعهد مشتریان دارند. همچنین لذتمندی، طراحی و زیبایی، کاربردی بودن، امنیت و حریم شخصی، اجتماعی بودن و اعتماد توانسته اند به ترتیب 30 و 38 درصد از واریانس رضایتمندی و تعهد مشتریان را به ترتیب پیش بینی نمایند. در ادامه لذتمندی، طراحی و زیبایی، کاربردی بودن، امنیت و حریم شخصی و اجتماعی بودن توانسته اند 32 درصد از واریانس اعتماد مشتریان را پیش بینی نمایند. کلمات کلیدی: بانکداری همراه، کیفیت خدمات، کیفیت ارتباط مشتری، بانک رفاه کارگران

کلمات کلیدی : کلمات کلیدی: بانکداری همراه، کیفیت خدمات، کیفیت ارتباط مشتری، بانک رفاه کارگران

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

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