

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر کیفیت خدمات و آمیخته بازاریابی اینترنتی بر وفاداری مشتری (مطالعه موردی: بانک ملی شعبه محمودآباد)

محل انتشار:

دومین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

سمانه زارع وسطی کلا - گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه، ایران

نیلوفر ایمان خان - گروه مدیریت بازرگانی، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، فیروزکوه

خلاصه مقاله:

هدف از انجام این بررسی تاثیر کیفیت خدمات و آمیخته بازاریابی اینترنتی بر وفاداری مشتریان بانک ملی شعبه محمودآباد است. روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی می باشد. روش جمع آوری داده ها، میدانی، کتابخانه ای است. ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه می باشد که از روایی و اعتبار مورد تایید برخوردار است. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ محاسبه میشود. ضریب پایایی کل پرسشنامه 0.824% بانک ملی شعبه محمودآباد می باشد. حجم نمونه آماری این تحقیق با استفاده از جدول کرجسی - مورگان، 331 نفر برآورد شده است. در این تحقیق از آزمون تحلیل عاملی تاییدی و سپس از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. روش تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از دو نرم افزار SPSS و LISRE میباشد. یافته های این تحقیق نشان داد که متغیرهای قابلیت اطمینان، تضمین، سایت، سیستم، دامنه، سبزی بر وفاداری مشتری رابطه مثبت و معناداری دارند ولی متغیرهای ابعاد فیزیکی و ظواهر، مسئولیت پذیری و همدلی رابطه مثبت و معناداری بر وفاداری مشتریان ندارند.

کلمات کلیدی:

آمیخته بازاریابی اینترنتی، کیفیت خدمات، وفاداری مشتریان، بانک ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/460785>

