



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: میترا حسین زاده، ۱۳۹۶

تاثیر امنیت ادراک شده بر وفاداری با میانجی‌گری اعتماد و رضایت مشتریان در خدمات بانکداری الکترونیک بانک ملت در شهر مشهد

نظر به نقشی که احساس امنیت بر روابط بین مشتریان و بانک‌ها دارد، تحقیق حاضر با هدف بررسی تاثیر امنیت ادراک شده بر وفاداری مشتریان از طریق رضایت و اعتماد در بانکداری الکترونیک بانک ملت شهر مشهد انجام گردید. روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی بوده و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای «SPSS» و «Amos» استفاده گردید. جامعه مورد مطالعه شامل مشتریان که تعداد آنها 680 هزار نفر بوده و بر این اساس تعداد نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران 383 نفر تعیین و با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شده و سپس داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه‌ای محقق ساخته جمع‌آوری گردید. روایی صوری پرسشنامه با استفاده از نقطه نظرات تعدادی از اساتید و کارشناسان و روایی سازه نیز از طریق تحلیل عاملی مورد بررسی قرار گرفته و برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که بالاتر از 0/7 قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که امنیت ادراک شده بر رضایت و اعتماد مشتری، اعتماد بر وفاداری و رضایت، رضایت بر وفاداری تاثیر مستقیم داشته و متغیر امنیت ادراک شده بر وفاداری مشتری از طریق رضایت و از طریق اعتماد نیز تاثیر مستقیم دارد.

کلیدواژه‌ها: امنیت ادراک شده، وفاداری، رضایت، اعتماد، مشتری، بانک ملت

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۲۱۵۹۵۲۰۳۱

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۱۱/۱۳

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت اجرایی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر قاسم انوری

M.A. Thesis:

Effect of perceived Anita on loyalty by mediating trust and customer satisfaction in Mellat Bank's electronic banking services in Mashhad

Considering the role of security feeling on the relationship between customers and banks, this study aimed to investigate the effect of perceived security on customer loyalty through satisfaction and trust in Mellat Bank Electronic Banking in Mashhad. The research method was descriptive and survey type. In order to analyze the data and test the hypotheses,



structural equation modeling and SPSS and Amos softwares were used. The study population is 680,000 and accordingly sample of 383 people was determined using Cochran formula and available non-random sampling method was used. And the data were collected through a Researcher made questionnaire. The face validity of the questionnaire was evaluated using point of view of a number of professors of the management department and construct validity was evaluated through factor analysis and To determine the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient was used. That was more than 0/7. Research findings show that perceived security has a direct impact on customer satisfaction and trust, trust on loyalty and satisfaction, and satisfaction on loyalty, also perceived security has a direct impact on customer loyalty through satisfaction and trust