



## پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: الیاس قندهاری، ۱۴۰۴

### بررسی رابطه بین تجربه حسی برند و وفاداری به برند با نقش میانجی نگرش به برند و ارتباط شخصی برند.

در این تحقیق به ارتباط بین تجربه مشتری در بانکداری دیجیتال و عملکرد مالی با توجه به نقش میانجی وفاداری و رضایت مشتری پرداخته شده است. جامعه آماری کارکنان و مشتریان شعب بانک انصار مشهد می‌باشد با تعداد 221 کارمند و 100000 مشتری هستند و حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان 140 کارمند و 248 مشتری تعیین شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش تصادفی ساده می‌باشد. در این تحقیق از هشت پرسشنامه استاندارد استفاده شد. در این تحقیق برای تحلیل داده‌ها از نرم افزار Amos و روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بین تجربه مشتری با عملکرد مالی، رضایت مشتری و وفاداری مشتری، عملکرد مالی و وفاداری مشتری ارتباط معناداری وجود دارد. بین تجربه مشتری با توجه به نقش میانجی وفاداری مشتری با عملکرد مالی ارتباط معناداری وجود دارد. بین تجربه مشتری با توجه به نقش میانجی رضایت مشتری با عملکرد مالی ارتباط معناداری وجود دارد. بین وفاداری مشتری با عملکرد مالی ارتباط معناداری وجود دارد. بین ارزش درک شده با تجربه مشتری ارتباط معناداری وجود دارد. بین کیفیت خدمات بانکداری دیجیتال با تجربه مشتری ارتباط معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: تجربه مشتری، عملکرد مالی، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، ارزش درک شده، کیفیت خدمات بانکداری دیجیتال

**کلیدواژه‌ها:** تجربه مشتری، عملکرد مالی، رضایت مشتری، وفاداری مشتری، ارزش درک شده، کیفیت خدمات بانکداری دیجیتال

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۹۲۹۸۰۷۹۴۴۰۶۷۳۴۳۰۳۶۱۶۳۱۰۴۶۹۹

تاریخ دفاع: ۱۴۰۴/۰۷/۱۶

رشته‌ی تحصیلی: مدیریت اجرایی

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر محمد پوراحتشام

### **M.A. Thesis:**

Investigating the relationship between brand sensory experience and brand loyalty with the mediating role of brand attitude and personal brand association.



In this study, The Relationship Between Customer Experience and Digital Banking on Financial Performance Based on the Intermediary Loyalty and Customer Satisfaction Role. The statistical population is staff of customers of Ansar Bank branches in Mashhad with 221 employees and 100,000 customers. The sample size was 140 employees and 248 customers using Morgan table. The sampling method in this study is simple random. Eight standard questionnaires were used in this study. In this study, Amos software and structural equation modeling method were used for data analysis. Research findings show that there is a significant relationship between customer experience with financial performance, customer satisfaction and customer loyalty, financial performance and customer loyalty. There is a significant relationship between customer experience with the mediating role of customer loyalty and financial performance. There is a significant relationship between customer experience with the mediating role of customer satisfaction and financial performance. There is a significant relationship between customer loyalty and financial performance. There is a significant relationship between perceived value and customer experience. There is a significant relationship between the quality of digital banking services and customer experience.

Keywords: Customer Experience, Financial Performance, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Perceived Value, Quality of Digital Banking Services