

## رابطه میان ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری (مورد کاوی مشتریان بانک تجارت در منطقه غرب تهران)

### هستی توکلی

کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

#### چکیده

هدف تحقیق حاضر عبارتست از بیان رابطه بین ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری مشتریان. این تحقیق از نظر هدف کاربردی می‌باشد. محقق در این تحقیق داده‌های جمع‌آوری شده را با استفاده از شاخص‌های آماری توصیفی، خلاصه و طبقه‌بندی می‌کند. جامعه آماری این تحقیق را مشتریان بانک تجارت در محدوده غرب تهران تشکیل می‌دهند. که به علت کثرت مشتریان در هر روز کاری جامعه را نا محدود در نظر گرفتیم و حجم نمونه با استفاده از فرمول ککران تعداد ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد که با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزارهای کتابخانه‌ای، نشریات، سایت‌ها و... بهره‌برداری شد. جمع‌آوری داده‌ها توسط پرسشنامه صورت گرفت. روایی محتوایی پرسشنامه توسط اساتید راهنما و مشاور تأیید شده است و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. این ضریب برای پرسشنامه عدد ۰/۹۲۹ به دست آمده است. در این پژوهش ابتدا نرمال بودن توزیع متغیرها توسط آزمون کلموگروف اسمیرنوف انجام پذیرفت و نرمال بودن آن مسجل گردید. مدل تحقیق مورد نظر از طریق تحلیل مسیر بررسی شد و ضرایب تحلیل مسیر از طریق رگرسیون به دست آورده شد. اثر مستقیم و غیرمستقیم را با کمک ضرایب استاندارد بتا در معادلات رگرسیون به دست آوردیم. اطلاعات و داده‌های کد گذاری شده پس از تجزیه و تحلیل و پردازش به وسیله رایانه با کمک نرم‌افزار SPSS توسط محقق مورد تفسیر و تعبیر قرار گرفت. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین ابعاد کیفیت خدمات و تمایلات رفتاری ارتباط مستقیم وجود دارد که البته برای تأثیر گذاری بیشتر این روابط متغیرهای واسطه‌مانند رضایتمندی و ارزش درک شده به ایجاد رابطه غیرمستقیم منجر می‌شود.

**واژه‌های کلیدی:** کیفیت خدمات، رضایتمندی مشتریان، ارزش درک شده، تمایلات رفتاری

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۵، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۸، صفحات ۸۹-۷۱