



موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد "M.A" رشته مدیریت بازرگانی

گرایش: بازاریابی

عنوان

**تأثیر ارزش درک شده از اپلیکشن ها موبایل بر وفاداری الکترونیکی با نقش
میانجی اعتماد و رضایت الکترونیکی (بانک کوثر در شهر تهران)**

استاد راهنما

دکتر فرید عسگری

استاد مشاور

دکتر سید جلال الدین حسینی غنچه

نگارش

احسان حجتی نژاد

تابستان ۱۳۹۲

چکیده

با توجه به ورود فناوری اطلاعات به بخش‌های مختلف صنایع تولیدی و خدماتی فرآیند این سازمان‌ها دستخوش تغییرات فراوانی شده است. یکی از مهم‌ترین تغییراتی که در صنعت بانکداری اتفاق افتاده، استقرار سیستم موبایل بانک است. از این‌رو هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر ارزش درک شده از اپلیکشن‌ها موبایل بر وفاداری الکترونیکی با نقش میانجی اعتماد و رضایت الکترونیکی (بانک کوثر در شهر تهران) است. جامعه‌ی آماری تحقیق مشتریان استفاده‌کننده از بانکداری تلفن همراه بانک کوثر در شهر تهران هستند که تعداد آنها تقریباً نامحدود می‌باشد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع نمونه‌گیری تصادفی ساده است. با توجه به اینکه جامعه‌ی مورد مطالعه نامحدود است، به همین دلیل از فرمول کوکران جامعه نامحدود برای انتخاب نمونه استفاده شده است و تعداد نمونه نیز برابر با ۳۸۴ نفر بدست آمده است. روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق میدانی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. در این تحقیق برای اندازه‌گیری روایی از روایی محتوا و همچنین برای اندازه‌گیری پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقادیر آن برای تمامی متغیرهای مدل بالاتر از ۰/۷ بدست آمده است. تمامی تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق نرم‌افزارهای اس‌پی‌اس‌اس و پی‌اس‌انجام شده است. برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شده است. نتایج نشان داد که ارزش درک شده بر اعتماد الکترونیکی، وفاداری الکترونیکی تأثیر معناداری دارد. اعتماد الکترونیکی بر رضایت الکترونیکی، وفاداری الکترونیکی تأثیر معناداری دارد.

واژگان کلیدی: ارزش درک شده، وفاداری الکترونیکی، اعتماد الکترونیکی، رضایت الکترونیکی

Abstract

Due to the entry of information technology into various sectors of manufacturing and service industries, these organizations have undergone many changes. One of the most important changes in the banking industry has been the establishment of a mobile banking system. Therefore, the main objective of this research is to examine the effect of perceived value of mobile apps on electronic loyalty with the role of mediator of trust and e-Satisfaction (Kowsar Bank in Tehran). The statistical community of customers who use mobile banking in Kosar Bank in the city Tehran, whose number is almost unlimited. The sampling method in this research is simple random sampling. Given that the study population is indefinite, the Cochran formula for unlimited society has been used to select the sample and the sample number is 384. Data gathering method In this field research and data gathering tool, a questionnaire was used. In this research, content validity was used to measure the validity of the content validity and also to determine the reliability of the Cronbach's alpha coefficient whose values for all variables of the model were higher than 7 / 0 reached. All analysis of data collected through SPSS and PLS software was done. To investigate the research hypotheses, confirmatory factor analysis and structural equation modeling with partial least squares approach have been used. The results showed that perceived value has a significant effect on electronic trust. Electronic Satisfaction has a significant effect on electronic loyalty. Electronic reliability has a significant effect on electronic Satisfaction. Electronic trust has a significant effect on electronic loyalty.

Keywords: Perceived Value, Electronic Loyalty, Electronic Trust, Electronic Satisfaction



Takestan Higher Education Institute

Dissertation submitted to graduate studies office in partial Fulfillment of the
requirement for the degree of Master of Arts In Management

Title

**Impact of Perceived Value of Mobile Applications on
Electronic Loyalty with the Intermediary role of E-trust
and Electronic Satisfaction (Kosar Bank in Tehran)**

Supervisor

Dr.Farid Asgari

Advisor

Dr. Seyed Jalaluddin Hosseini Ghoncheh

By

Ehsan Hojatinejad

Summer 2018