



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

اثرات کیفیت خدمات و رضایت مشتری بر وفاداری مشتری
در بانکداری اینترنتی

عنوان انگلیسی مقاله :

The Impacts of Service Quality and Customer Satisfaction on
Customer Loyalty in Internet Banking



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

5. Discussions

The regression analysis result indicated that when the five e-SQ dimensions used in this study were theorized to simultaneously influence e-satisfaction, website aesthetics and guide, efficiency-system availability and contact-responsiveness were found to have positive and significantly impacts on e-satisfaction. These impacts highlighted that both dimensions of E-S-QUAL (efficiency-system availability) and contact-responsiveness of RecS-QUAL (Parasuraman, et.al, 2005) and additional dimension of website aesthetics and guide (Wu, et.al, 2008) are important features of internet banking e-SQ in predicting users' e-satisfaction. The findings also proved that e-satisfaction-e-loyalty positive links existed in the context of internet banking, which is consistent with previous research findings (Floh & Treiblmaier, 2006). By focusing on improving banks policy related to users' information, convenience of internet banking transaction and customer values relative to the cost incurred to use the internet banking service (Schaupp & Bélanger, 2005), users' satisfaction is likely to be enhanced, and this will lead to increase in e-loyalty.

5. بحث و مذاکره

نتیجه تحلیل رگرسیون بیان می دارد که وقتی پنج بعد e-SQ به کار رفته در این مطالعه به صورت نظری و هم زمان بر رضایت الکترونیکی، زیبایی شناسی و راهنمایی وب سایت، وجود و در دسترس بودن سیستم بازده و کارکرد، و تعاملی بودن و پاسخگویی تماس تأثیر داشتند، دریافتیم که اثراتی چشم گیر و مثبت بر رضایت الکترونیکی هم دارد. این اثرات نشان دادند که هر دو بعد E-S-QUAL (وجود سیستم بازده و دست رسی به آن) و تعاملی بودن و پاسخگویی تماس و ارتباط RecS-QUAL (پاراسورامان¹ و همکاران، 2005) و نیز بعد اضافی زیبایی شناسی و راهنمایی وب سایت (وو² و همکاران، 2008) ویژگی هایی مهم در e-SQ بانکداری اینترنتی و پیش بینی رضایت الکترونیکی کاربران هستند. یافته ها هم چنین اثبات کردند که پیوند های مثبت رضایت الکترونیکی-وفاداری الکترونیکی نیز در زمینه بانکداری اینترنتی وجود داشتند که با یافته های تحقیقات قبلی نیز مطابقت می کنند (فلو و تریلمایر³، 2006). با تمرکز بر پیش رفت سیاست بانک ها در ارتباط با اطلاعات کاربران، راحتی و سادگی تبادل بانکداری اینترنتی و ارزش های مشتریان نسبت به هزینه موجب استفاده از خدمات بانکداری اینترنتی شده (شاپ و بیلانگر⁴، 2005) و به نظر می رسد رضایت مشتری در حال افزایش است که موجب افزایش وفاداری الکترونیکی خواهد شد.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.