People's Democratic Republic of Algeria
Ministry of Higher Education and Scientific Research
University of Setif 1 – Ferhat Abbas
Faculty of Economics, Commerce and Management Sciences

Department: Commercial Sciences

Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master's Degree in Commercial Sciences
Specialization: Digital Marketing

Topic:

Assessing The impact of e-banking service quality on customer satisfaction –

A study on a sample of Bank Customers in Setif-Algeria

Supervised by:

Dr. Kerouani Meriem

Prepared by:

Cheragui Mohamed Amine

Date of defense: 27/06/2026

Defense Committee		
Class A Professor	Osmani Sofiane	**Chairperson**
Class A Professor	Kerouani Meriem	Supervisor
Class A Professor	Habbache Fares	**Examiner**

Academic Year: 2025-2026

Chapter I Abstract

This study aimed to evaluate the impact of e-banking service quality on customer satisfaction through a field investigation conducted on a sample of bank customers in Sétif who actively use electronic banking services. To achieve the objectives of the study, the descriptive-analytical approach was employed, as it is considered the most suitable method for describing the phenomenon under investigation and analyzing the relationships among its variables.

Data were collected using an electronic questionnaire, which was administered to a sample of 107 e-banking users. The collected data were then analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), through which appropriate statistical techniques were applied to test the study hypotheses.

The findings reveal that e-banking service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, indicating that improvements in the quality of electronic banking services provided by banks lead to higher levels of customer satisfaction.

Based on these results, the study recommends that banks enhance the design and functionality of their electronic banking applications and websites by simplifying navigation, reducing transaction complexity, and ensuring the efficient and convenient completion of banking operations. User-friendly interfaces are essential in improving customer experience and increasing overall satisfaction levels.

Keywords: e-banking service quality; customer satisfaction; electronic banking services.

Chapter II Résumé

Cette étude visait à évaluer l'impact de la qualité des services bancaires électroniques sur la satisfaction des clients, à travers une enquête de terrain menée auprès d'un échantillon de clients bancaires à Sétif utilisant activement les services de banque électronique. Pour atteindre les objectifs de l'étude, l'approche descriptive-analytique a été adoptée, car elle est considérée comme la méthode la plus appropriée pour décrire le phénomène étudié et analyser les relations entre ses variables.

Les données ont été collectées à l'aide d'un questionnaire électronique, administré à un échantillon de 107 utilisateurs de services bancaires électroniques. Les données recueillies ont ensuite été analysées à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), à travers lequel des techniques statistiques appropriées ont été appliquées pour tester les hypothèses de l'étude.

Les résultats révèlent que la qualité des services bancaires électroniques a un effet positif significatif sur la satisfaction des clients, indiquant que l'amélioration de la qualité des services bancaires électroniques offerts par les banques entraîne des niveaux plus élevés de satisfaction des clients.

Sur la base de ces résultats, l'étude recommande aux banques d'améliorer la conception et les fonctionnalités de leurs applications et sites web bancaires électroniques en simplifiant la navigation, en réduisant la complexité des transactions et en garantissant l'exécution efficace et pratique des opérations bancaires. Des interfaces conviviales sont essentielles pour améliorer l'expérience client et augmenter les niveaux de satisfaction globale.

Mots-clés : qualité des services bancaires électroniques ; satisfaction des clients ; services bancaires électroniques.

Chapter III الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء، من خلال دراسة ميدانية أُجريت على عينة من عملاء البنوك في سطيف الذين يستخدمون فعليًا الخدمات المصرفية الإلكترونية. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره الأنسب لوصف الظاهرة موضوع الدراسة وتحليل العلاقات بين متغيراتها.

تم جمع البيانات باستخدام استبيان إلكتروني، تم توزيعه على عينة مكونة من 107 من مستخدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية. وقد تم تحليل البيانات المجمعة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تم تطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

وتشير النتائج إلى أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية لها تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على رضا العملاء، مما يدل على أن تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك يؤدي إلى مستويات أعلى من رضا العملاء.

وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة البنوك بتحسين تصميم ووظائف تطبيقاتها ومواقعها الإلكترونية من خلال تبسيط التصفح، وتقليل تعقيد العمليات، وضمان إنجاز العمليات المصرفية بكفاءة وسهولة. كما تُعد الواجهات سهلة الاستخدام عنصرًا أساسيًا في تحسين تجربة العميل وزيادة مستويات الرضا العام.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية؛ رضا العملاء؛ الخدمات المصرفية الإلكترونية