



**LIBYAN CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARDS
E-BANKING SERVICES**

**A THESIS SUBMITTED TO THE FACULTY OF
BUSINESS ADMINISTRATION OF THE LIBYAN
INTERNATIONAL MEDICAL UNIVERSITY**

By

IBRAHIM MOHAMED ELABBAR

Supervised By

Dr. SABRI M. ELKRGHLI

**In Partial Fulfilment of the Requirements for
The Degree of Bachelor of Science**

in

Finance and Banking

BENGHAZI, 2020

Ibrahim M. Elabbar: LIBYAN CUSTOMERS' ATTITUDE TOWARDS E-BANKING

Approval of The Dean of The Faculty of Business Administration

Dr. SABRI M. ELKRGHLI

**We certify this thesis is satisfactory for the award of the degree of Bachelor of Science in
Finance and Banking**

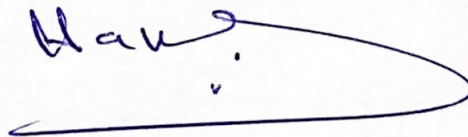
Supervisor: Dr. Sabri M. Elkrghli

Signature:



Examiner: Dr. Hani Nuri Mohamed Rohuma

Signature:



ABSTRACT

The aim of this research is to measure customers' attitudes towards electronic banking services in the Libyan banking industry and to put forward some implications and recommendations on electronic banking services and customers' attitudes. An online five-point Likert scale questionnaire was designed by the researcher. Data and information have been collected and analyzed from the banks' customers. This data was presented and analyzed using descriptive statistics and the Chi-square test. The study found that customers are satisfied with e-banking services. This study also emphasized the importance of electronic banking services and recommended that banks should always innovate and try to offer customers with uninterrupted, reliable, secure and convenient e-banking services to satisfy customers in order to retain them.

Keywords: electronic banking services, customer attitude, Libyan banks.

نبذة مختصرة

الهدف من هذا البحث هو قياس سلوكيات العملاء تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي الليبي وطرح بعض الاقتراحات والتوصيات على الخدمات المصرفية الإلكترونية وسلوكيات العملاء. تم تصميم استبيان عبر الإنترنت من خمس نقاط على مقياس ليكرت من قبل الباحث. تم جمع البيانات والمعلومات وتحليلها من عملاء البنوك. تم تقديم هذه البيانات وتحليلها باستخدام الإحصاء الوصفي واختبار Chi-square. وجدت الدراسة أن العملاء راضون عن الخدمات المصرفية الإلكترونية. أكدت هذه الدراسة أيضاً على أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية وأوصت بأن تبتكر البنوك دائماً وتحاول تزويد العملاء بخدمات مصرفية إلكترونية غير منقطعة وموثوقة وأمنة ومريحة لإرضاء العملاء من أجل الاحتفاظ بهم.

الكلمات الدالة: الخدمات المصرفية الإلكترونية، سلوكيات العملاء، البنوك الليبية