



**Libyan International University**  
**School of Human and Social Sciences**

**Libyan International University**

**School of Human and Social Sciences**

**Finance and Banking Program**

**Graduation Project**

**Fall |2023/2024**

**Customer Satisfaction on Digital Banking Services in  
Benghazi, Libya**

**By:**

**Khadija Mohamed Omar Bayou**

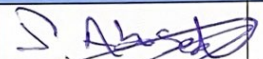
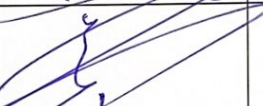

**Supervised By:**


**Prof. Salah Abosedra**

**Co-supervisor: Dr. Abdelbaset Al Amroni**

## Acceptance and Approval

The graduation project has been titled: " Customer Satisfaction on Digital Banking Services in Benghazi, Libya ".

Project Committees	Signature	
	Accepted	Rejected
Supervisor: Prof. Salah Aboedra		
Co-supervisor: Dr. Abdelbaset Al Amroni		
Examiner: Dr. Hatem Elfaituri		

  
Dr. Mohamed Issa

Head of Finance and Banking Program  
Libyan International University



## Acknowledgments

I would like to take this opportunity to thank and respect Prof. Salah Abosedra for his excellent guidance, helpful comments, and constant support throughout the project. Working under him was an extremely knowledgeable experience for me. Also, I want to thank my co-supervisor, Dr. Abdelbaset Al Amroni, very much for his guidance, enlightenment, and support throughout this project. Also, his help and advice with the statistical analysis done for this research. Additionally, I would like to thank the entire school team and the graduation unit for providing previous graduation projects. I would also like to thank everyone who took part in the poll. Finally, I would like to say a big thank you to my family and friends for their support and encouragement as I worked on and finished this project.

## **Abstract**

The study examines customer satisfaction with digital banking services in Benghazi, where digital banking has become increasingly important for convenience and accessibility. The research design utilized was descriptive, using a quantitative research method. The research employed a questionnaire (Source: Nguyen, 2020), placed on a Google Form, it took 2 weeks to collect data from 177 respondents who took part in the study. The data was analyzed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The information was obtained from individuals who utilize digital banking services in Benghazi. The findings of the study revealed that factors such as perceived ease of use, usefulness, trust, attitude toward the service, and convenience had a positive influence on customer satisfaction. Limitations due to possible bias, where responses obtained do not necessarily reflect their actual opinions, were not significant given the sample size. Moreover, this study collected only quantitative data for quantitative analysis. This does not count the hidden factors that may affect customer satisfaction. The findings offered some implications and recommendations that would be beneficial to policymakers, banks, and future researchers. These include public awareness campaigns and specially targeted digital training programs that can help increase the adoption of digital banking in Benghazi.

**Keywords:** Digital Banking, customer satisfaction, Benghazi.

## ملخص

تبحث الدراسة في مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية في بنغازي، حيث أصبحت الخدمات المصرفية الرقمية ذات أهمية متزايدة من حيث الراحة وسهولة الوصول إليها. استخدم البحث استبياناً (المصدر: Nguyen, 2020)، تم وضعه على نموذج قوقل ، واستغرق جمع البيانات من 177 مشاركاً شاركوا في الدراسة اسبوعين. وتم تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية. تم الحصول على المعلومات من الأفراد الذين يستخدمون الخدمات المصرفية الرقمية في بنغازي. حيث كشفت نتائج الدراسة أن العوامل الخمس ادراك سهولة الاستخدام، و ادراك الفائدة، والثقة، والموقف تجاه الخدمة، والراحة كان لها تأثير إيجابي على رضا العملاء على الخدمات المصرفية. اما بخصوص محددات الدراسة فهناك محددات ناجمة عن التحيز المحتمل للمشاركين حيث ان الاجابات التي تم العثور عليها قد لا تعكس بالضرورة آراءهم الفعلية. وعلاوة على ذلك، جمعت هذه الدراسة البيانات الكمية فقط للتحليل الكمي. مما يفتقر إلى العوامل الخفية التي قد تؤثر على رضا العملاء. كما قدمت النتائج بعض الآثار والتوصيات التي من شأنها أن تكون مفيدة لواقعي السياسات والمصارف والباحثين في المستقبل، وتشمل ذلك الآثار و التوصيات حملات التوعية العامة وبرامج التدريب الرقمي الموجهة بشكل خاص والتي يمكن أن تساعد في زيادة اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية في بنغازي.

**الكلمات المفتاحية:** الخدمات المصرفية الرقمية، رضا العملاء، بنغازي.