

## HAVALİMANI HİZMETLERİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION AT AIRPORTS

**Barış IŞILDAK\*, Mustafa Zihni TUNCA\*\***

\* Öğr. Gör., Süleyman Demirel Üniversitesi, Keçiörlü Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü,  
barisisildak@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-2068-1611>

\*\* Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü,  
mustafatunca@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2315-905X>

#### ÖZ

*Teknolojide yaşanan hızlı gelişim, diğer endüstriler gibi havacılık sektörünü de ciddi bir şekilde etkilemektedir. Bu gelişmeler sonucunda tüketici davranışlarında yaşanan hızlı değişime ayak uydurmak isteyen işletmelerin küresel rakipleri karşısında hayatta kalabilmesi açısından hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetine giderek artan oranda önem vermesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, havalimanı hizmetlerinde müşteri memnuniyetini etkileyen faktörleri tespit etmektir. Bu amaçla Isparta – Süleyman Demirel Havalimanı'nı kullanan 500 yolcu ile anket yoluyla veri toplanarak sunulan havalimanı hizmetlerinde müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde müşterileri etkileyen faktörlerin sırasıyla; Terminal Personeli, Terminal Ortamı ve Kendi Yolunu Bulma, Terminal Tesisleri, Güvenilir ve Doğru Hizmet, Terminal Koşulları, İsteklik ve Anlık Hizmet, Avantaj ve Uygunluk, İnternet Erişimi ve Terminal Fiziksel İşlevsellik olduğu görülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Havalimanı.

**Jel Kodları:** D11, D18, P40.

#### ABSTRACT

*Just like many other industries, the aviation industry has been also affected by the rapid development of technology. As a result of those developments, the companies need to pay more and more attention to service quality and customer satisfaction to survive amongst the global competitors that adopt themselves to the quick change of the consumers. The aim of this study is to determine the factors that affect customer satisfaction about airport services. For that reason, the factors, affecting customer satisfaction at Isparta – Suleyman Demirel Airport have been examined by collecting data from 500 passengers via questionnaire. The findings suggest that the factors, affecting customer satisfaction are terminal employees, terminal environment and self-navigation, terminal facilities, reliable and fine services, terminal conditions, wishfulness and instant service, advantage and relevance, Internet Access and terminal physical functionality, respectively.*

**Keywords:** Quality of Service, Customer Satisfaction, Airport.

**Jel Codes:** D11, D18, P40.

#### GİRİŞ

Havalimanları, bir ülkenin dünyaya açılan zamanlarda kısa ve uzun menzilli uçuşlara penceresi olarak kabul edilmektedir. Son olan yoğun talep neticesinde ülkeler

havalimanları yatırımlarına önem vermeye başlamış, bunun sonucunda da havalimanları önemli pazarlar haline getirmiştir (Elgün vd. 2013:70). Küreselleşmenin de etkisiyle havayolu ulaşımında yaşanan en önemli gelişmeler ise teknolojik ve yapısal değişiklikler olarak iki grup altında toplanabilmektedir. Özellikle yaşanan yapısal değişiklikler sonucunda yolcuların hizmet kalitesine yönelik beklentileri farklılaşmakta, bu farklılaşmayla birlikte yolcuların algıladıkları hizmet kalitesi ve havalimanı işletmelerine karşı memnuniyetleri de önemli ölçüde etkilenmektedir (Okumuş ve Asil, 2007:153).

Ülkemizde de son yıllarda yapılan havalimanlarının sayısındaki artış, tesisleşme yönündeki gelişmeler hizmet kalitesini artırıcı unsurlar olarak tüketicilerin karşısına çıkmaktadır. Bunun sonucunda da müşterilerin hizmet kalitesine yönelik beklentileri de artmakta, arzu edilen kalite seviyesine hizmet alınamaması durumunda müşteri memnuniyeti de sınırlı düzeyde kalabilmektedir. Bu yüzden de, küresel rekabet altında başarılı olmak isteyen havalimanı işletmelerinin müşterileri memnuniyetini artırıcı çabaları içine girip kaliteli hizmetler sunabilmeleri gerekmektedir (Yapraklı ve Sağlık, 2010:71).

Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde hizmet kalitesi kavramı hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümünde müşteri memnuniyeti kavramı incelendikten sonra üçüncü bölümde Süleyman Demirel Havalimanı'nda gerçekleştirilen ampirik çalışmaya yer verilmiştir.

## HİZMET KALİTESİ

Hizmet, işletmeler açısından müşteri memnuniyetinin yapı taşlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Müşteriler için hizmet, elde edilen fayda (Ustasüleyman, 2009:33) olarak kabul edilirken, hizmetin soyut olma özelliğinden dolayı müşteriler hizmetin kalitesini, onu elde edene kadar

değerlendiremeyebilirler (Değermen, 2006:7). Bu yüzden de Murat ve Çelik (2007:2) hizmet kalitesinde başarıya ulaşabilmek için sürekli pazar araştırması ve müşterilerin yakından gözlenmesi yoluyla müşteri isteklerinin belirlenip, beklentilerinde oluşan değişiklikleri takip etmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Hizmet kalitesi kavramı çok boyutlu olması sebebiyle literatürde çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır (Değermen, 2006:21). En yalın ifade ile hizmet kalitesi, olası müşterilerin belirli bir hizmetle ilgili ihtiyaç ve beklentilerinin tam anlamıyla karşılık bulma süreçleri olarak tanımlanabilir (Ayan, 2015:40).

Somut bir ürün olan mallar ile karşılaştırınca soyut olma özelliğine sahip olan hizmetlerin kalitesinin ölçümü de güç olmaktadır (Çelenk, 2013:12). Çünkü, müşterilerin hizmet kalitesiyle ilgili algısı, hizmete ulaşmadan beklentileri ile gerçekleşen deneyimlerini karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkması sebebiyle beklentileri yeterince karşılanamayan müşterileri tatmin etmek de sıkıntı yaratmaktadır.

Müşteriler hizmet kalitesini değerlendirirken pek çok faktörü göz önüne alabilmektedir. Farklı algı ve tutumların oluşumu sonucunda hizmet kalitesinin değerlendirilmesi de kişiden kişiye değişim gösterebilmektedir (Doğan, 2013:10).

Müşteriler satın alacağı her üründen bazı beklentileri olması (Değermen, 2006:17-18) sebebiyle, memnuniyet düzeyleri de bu beklentilerin karşılanması ile oranlı olarak artış ve azalış gösterebilir (Delice ve Güngör, 2008:195). Bu yüzden de, beklenen kalite, müşteriye söz konusu üründen ne beklediği sorusundan alınan karşılık olarak ifade edilebilir (Savaş ve Ay, 2005:84). Tüketicinin zihninde oluşan subjektif değerlendirmeler olarak adlandırılan algılanan kalite (Aktepe ve Baş, 2008:84) marka değerini oluşturan diğer bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Avcılar, 2008:14).

Literatürde hizmet kalitesini ölçme konusunda çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiş olup SERVQUAL ve SERPERF gibi ölçekler en sık yararlanılan modeller arasında yer almaktadır (Hemedoğlu, 2010:10). Bu ölçekler arasında en yaygın kabul gören SERVQUAL ölçeği, 1985 yılında Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilmiş olup geçen zaman içerisinde çok farklı disiplinler tarafından başarı ile uygulama alanları bulmuştur (Okumuş ve Duygun, 2008:20). SERVQUAL, beklenen ve algılanan kalitenin müşteriler tarafından değerlendirilmesinde ampirik olarak başarılı sonuçlar ortaya koymaktadır (Sevimli, 2006:31). Yöntemin başarısının ardında ölçeğin geniş hizmet alanlarında kullanılabilir bir şekilde hazırlanmış olması yatmaktadır.

SERPERF ölçeği ise, 1992 yılında Cronin ve Taylor tarafından oluşturulmuş, tek taraflı ve performansa bağlı bir model olarak literatürde yer almaktadır. Tüketici memnuniyeti kavramını ön plana çıkaran bu model, müşterilerin her zaman yüksek kaliteli hizmet alamayacaklarını ancak yüksek memnuniyet sağlayan hizmeti tercih edeceklerini öngörmektedir (Dalgıç, 2013:38-50).

Hizmet kalitesini ölçebilmek için belli başlı belirleyici faktörleri değerlendirmek gerekir. Bu belirleyici faktörlerden en yaygın kabul görenleri arasında güvenilirlik, karşılık verme, güvence, empati ve fiziksel varlıklar yer almaktadır (Öztürk, 1998:137). Bu belirleyici faktörlerden güvenilirlik; işletmenin verdiği hizmeti tek seferde doğru olarak yerine getirmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. İşletmenin tutamayacağı söz vermemesi ve işleri zamanında tamamlaması amaçlanır (Yumuşak, 2006:30). Karşılık verme; müşterilere yardım etme, yardım severlilik ve hizmetten duyulan mutluluk olarak ifade edilmektedir (Şahin, 2016:31). Güvence; hizmetin tehlikeye ya da riske düşmemesi ve müşteride şüpheye yer bırakmamasıdır (Yumuşak, 2006:31). Empati; müşteriye tanımak ve müşterinin istek ve ihtiyaçları noktasındaki problemlerini anlamak olarak

kabul görmüştür (Seyfullayev, 2015:45). Fiziksel varlıklar ise; işletmenin hizmet sunumunda kullandığı araç ve gereçler olarak ifade edilebilir (Şahin, 2016:44).

## MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Müşteri, bir ürünü veya hizmeti satın alan kişi ya da kişiler olup işletmenin en kıymetli varlıklarıdır (Eroğlu, 2005:9). Memnuniyet ise, tamamıyla müşterinin ürün performansı hakkındaki görüşüne bağlıdır (Acuner, 2004:56). Müşteri memnuniyeti kavramının her geçen gün önemi artmakta olup (Ceylan, 1997:25) müşteri memnuniyeti işletmeler için önemli bir unsur durumundadır (Çınar, 2007:20).

Bir ürün veya hizmetin müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını karşılama becerisi (Oruç, 2008:3) olarak tanımlanan müşteri memnuniyeti, müşteriye hizmet sunma konusunda süreklilik isteyen bir süreç durumundadır (Güner, 2013:52-53). İşletme açısından müşteri memnuniyetinin sağlanması için öncelikli olarak müşteri tanınmalı, dinlenmeli, varsa eğer şikayetleri değerlendirilmeli ve bu şikayetlere anında geri bildirim verilmelidir. Aksi takdirde memnuniyetsizlik oluşmuş olacaktır (Çınar, 2007:24).

Müşteri memnuniyeti konusunda son yıllarda yapılan çalışmalarda müşteri memnuniyetinin ortaya çıkışını ifade edebilmek için çeşitli kuramlar ortaya atılmıştır. Bu kuramlar arasında benzeşim kuramı, karşıtlık kuramı, eşitlik kuramı, bilişsel ve karşılaştırma düzeyi kuramı ön plana çıkmaktadır. Benzeşim kuramı; algılanan ve beklenen hizmet arasındaki farkın az oluşu, karşıtlık kuramı; algılanan ve beklenen hizmet arasında farkın fazla oluşu, eşitlik kuramı; algılanan ve beklenen hizmet arasında bir farkın olmaması, bilişsel kuram; önceki satın alma tatmin düzeyinin sonraki durumları etkilemesi ve son olarak karşılaştırma düzeyi ise; hizmetlerin tatmini, kişiler tarafından karşılaştırılmasıyla ortaya çıktığını ifade eder (Denizli, 2010:25-26).

İşletmeler kârlılıklarını arttırabilmek için yeni müşteriler kazanmalıdır. İşletmeler müşteri kazanma çalışmalarına ilaveten var olan müşterilerini de ellerinde tutmalıdırlar. Çünkü; yeni müşteri kazanmak, var olan müşteriyi elde tutmaktan daha maliyetlidir. Birçok işletme, artık bunun farkına vararak müşteri memnuniyetine önem vermeye başlamıştır (Gümüş, 2014:24). Bunu sağlayabilmek için ise öncelikli olarak mevcut müşteri tanınmalı, dinlenmeli, varsa eğer şikayetleri değerlendirilmeli ve bu şikayetlere anında geri bildirim verilmelidir (Çınar, 2007:24).

Küresel rekabetteki artışa bağlı olarak işletmelerin vereceği stratejik kararların önemi de belirgin bir hâl almıştır. İşletmeler varlıklarını sürdürülebilmek ve büyümek için global çevredeki gelişmeleri takip edip doğru kararlar ile hedeflerini net olarak tanımlayabilmeleri kaçınılmazdır. Böylesi bir ortamda pazardaki konum ile hedeflenen konum arasındaki farkı kapatılabilmek ise müşterilerin memnuniyet seviyesini doğru bir şekilde ölçülebilmekten geçer (Oruç, 2008:4).

Müşteri memnuniyetinin ölçümünde kullanılan teknikler arasında odak grupları, danışma panelleri, anket, kritik olay tekniği ve kıyaslama gibi yöntemler yer almaktadır (Burucuoğlu, 2011:20-24). Literatürde müşteri memnuniyeti ölçümünde çoğunlukla anket tekniğinden yararlanıldığı görülmektedir. Anket çalışmalarında müşteriye, işletme hizmeti hakkındaki beklentileri ve algıladıkları hizmet düzeyini ölçmeye yönelik açık sorular sorularak beklendikleri ve algıladıkları memnuniyet düzeyleri belirgin bir şekilde ölçülebilmektedir (Eroğlu, 2005:10-11).

#### **HAVALİMANI HİZMETLERİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE SÜLEYMAN DEMİREL HAVALİMANINDA BİR UYGULAMA**

Küreselleşmenin yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmelerin de etkisiyle artan rekabet koşulları özellikle

hizmet sektöründe tüketicilerin ürün ve hizmetlere yönelik beklentileri önemli düzeyde etkilemiştir. Müşteri ile etkileşim düzeyi yüksek dolmasına rağmen her gün çok sayıda farklı müşteri grubuna hizmet veren havalimanlarında müşteri memnuniyeti üzerine literatürde son yıllarda artan ilgi düzeyi sektör açısından hizmet kalitesinin önemini ortaya koymaktadır.

Okumuş vd.'nin (2007) İstanbul – Atatürk Havalimanı'nda yerli ve yabancı yolcuların memnuniyet düzeylerine göre beklentileri üzerine yapılan çalışmalarında yerli yolcularda fiziksel unsurlar ve empati faktörleri ön plana çıkarken, yabancı yolcularda ise güvenilir personel, anında hizmet, müşteriyi tanıma / anlama ve inanılabilirlik faktörleri önemli bulunmuştur.

Çelikkol vd.'nin (2012) İstanbul – Sabiha Gökçen Havaalanı'nda müşteri tercih ve memnuniyeti etkileyen faktörlere yönelik yaptıkları çalışmada sırayla; güvenilirlik ve iyi hizmet, uzmanlık ve esneklik, avantaj ve uygunluk, güvenlik ve kalite, rahatlık ve çeşitlilik faktörleri ön plana çıkmıştır.

Ömürbek vd. (2013) Türkiye'deki Devlet Hava Meydanları İşletmesi'ne (DHMI) bağlı havalimanlarının etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi (VZA) ile ölçülmüş ve etkin olmayan havalimanlarının referans alabileceği havalimanları belirlenmiştir. Çalışmaya Türkiye'deki 45 havalimanından 40 tanesi dahil edilirken havalimanları, uçuş trafiğine ve yolcu trafiğine göre büyük, orta büyüklükte ve küçük havalimanları olarak incelenmiştir.

Tuncel vd.'nin (2013) İstanbul Atatürk Havalimanı'nda yapılan çalışmalarında, ülkemizde 3 Aralık 2011 tarihli 28131 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan ve 1 Ocak 2012'de yürürlüğe giren "Havayolu ile Seyahat Eden Yolcuların Haklarına Dair Yönetmelik" çerçevesinde ele alınan söz konusu yönetmeliğin havayolu yolcu haklarına ilişkin etkileri değerlendirilmiştir.

Tuncer vd.'nin (2014) ICF Antalya ve ATM Dalaman Uluslararası Havalimanı'nda yapılan çalışmalarında ise

yolcular açısından terminal hizmet kalitesini oluşturan faktörlerin belirlenip bu faktörlerin terminal hizmet kalitesine etkileri incelenmiştir.

Bucak vd.'nin (2015) yaptıkları çalışmada İstanbul Atatürk Havalimanı İç Hatlar terminalinde hizmet veren yiyecek-içecek işletmelerinden, hizmet alan misafirlerin beklentileri ile havalimanında hizmet veren yiyecek-içecek işletmelerinde fiyatın misafirler üzerindeki etkileri tespit edilme çalışılmıştır.

Korkmaz vd.'nin (2015) Türkiye'de havayollarında algılanan hizmet kalitesinin boyutlarının incelendiği çalışmalarında, iç hatlarda seyahat eden yolcuların algıladığı hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma davranışlarına olan etkileri incelenmiş ve elde edilen faktörler; çalışanlar, online hizmetler, empati, temel hizmetler ve kabin hizmetleri şeklinde sıralanmıştır.

Yaşar vd.'nin (2016) İstanbul Atatürk Havalimanı ve Antalya Uluslararası Havalimanı üzerine gerçekleştirdikleri karşılaştırmalı çalışmada yer hizmetleri sunan işletmelerin sunduğu hizmet kaliteleri karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Zincirkıran'ın (2016) yaptığı çalışmada ise Türk Sivil Havacılık sisteminin gelişimi incelenerek yaşanan sorunlar ortaya konulmuş ve çözüm önerileri getirilmiştir.

#### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışmanın ana amacı, Isparta – Süleyman Demirel Havalimanı'nda müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin tespit edilmesidir. Bu kapsamda bulguların literatürdeki geçmiş çalışmalarla olan benzer ve farklılıkları temel alınarak hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik önerilerde bulunulması da amaçlanmaktadır.

#### **Araştırmanın Yöntemi ve Kapsamı**

Araştırma iki etaptan oluşmaktadır. İlk etapta, literatür taraması ile kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Bu süreçte kitaplar, tezler, süreli yayınlar, internet ve diğer veri tabanları incelenmiştir.

İkinci etapta, alan araştırması ile veriler toplanarak uygulama bölümü ortaya konmuştur. Saha araştırmasında veri toplama yöntemi olarak, anket yönteminin kullanılmasına karar verilmiş olup kolayda örneklem yöntemiyle 500 yolcu üzerinde anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Müşterilerin memnuniyet derecelerinin belirlenmesinde Likert ölçeği kullanılmıştır. Bu derecelendirmelerin katsayıları; 5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Ne katılıyor ne katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum şeklindedir.

Bu çalışmada elde edilen sonuçların gerek havacılık sektörüne, gerek bu konuda daha sonra çalışma yapacak olanlara ışık tutabilecek bulgular sunması amaçlanmakla birlikte, örneklemin sadece Isparta ili sınırları içerisinde bulunan Süleyman Demirel Havalimanı'nı kullanan yolcuları kapsamı sebebiyle araştırma sonuçlarının tüm Türkiye'deki havalimanları için genellenmesi uygun değildir. Ayrıca, uçuş sayısının az oluşu, haftada yedi, günde ise bir seferin gerçekleştirilmesi sebebiyle verilerin 30 günlük bir sürede toplanmasını gerektirmiştir. Anketin yolcularla yüz yüze gerçekleştirilmesinden dolayı zaman ve maliyet faktörleri yüzünden örnek büyüklüğü 500 yolcu ile sınırlı kalmıştır.

#### **Bulgular**

Tablo 1'de araştırmaya katılan yolcuların demografik detaylarına ilişkin temel bulgular yer almaktadır. Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları ağırlıklı olarak birbirlerine yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların üçte ikisi bekarlardan oluşurken, 19-30 yaş grubundaki öğrencilerin çoğunlukta oluşu araştırma verilerinin toplandığı dönemde havalimanını kullanan yolcuların önemli bir kısmını üniversite öğrencilerinin oluşturduğunu düşündürmektedir. Tablo 1.'de yer alan eğitim durumu ve gelir düzeyine ilişkin bulgular da bu öngörü ile uyumaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Bilgileri

<b>Cinsiyet</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Medeni Durum</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Erkek	260	52,0	Evli	192	38,4
Kadın	240	48,0	Bekar	308	61,6
Toplam	500	100,0	Toplam	500	100,0
<b>Yaş</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Meslek</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
18 Yaş ve Altı	20	4,0	Öğrenci	172	34,4
19-30 Yaş	304	60,8	Memur	109	21,8
31-40 Yaş	102	20,4	Akademisyen	37	7,4
41-50 Yaş	48	9,6	İş Adamı	29	5,8
51-60 Yaş	20	4,0	Serbest Meslek	37	7,4
61 Yaş ve Üstü	6	1,2	İşçi	25	5,0
Toplam	500	100,0	Diğer	91	18,2
<b>Eğitim</b>	<b>N</b>	<b>%</b>	<b>Gelir</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
İlköğretim	8	1,6	0-1500 TL	121	24,2
Lise	72	14,4	1501-3000 TL	131	26,2
Üniversite	326	65,2	3001-4500 TL	119	23,8
Y. Lisans ve Üzeri	94	18,8	4501-5000 TL	36	7,2
Toplam	500	100,0	5001 TL ve Üstü	93	18,6
			Toplam	500	100,0

Faktör analizine geçmeden önce güvenilirliğin test edilmesi amacıyla Cronbach's Alpha değeri hesaplanmış olup " $\alpha$ " katsayısı 0.980 olarak hesaplanmıştır. Bulunan Alpha değeri ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğunu göstermektedir.

Sonraki aşamada KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett testlerinin uygulanarak örneklemin uygunluğu ve verilerin dağılımı analiz edilmiştir. Tablo 2'de KMO ve Bartlett test değerleri yer almaktadır.

Tablo 2: KMO ve Bartlett Test Değerleri

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örnekleme Ölçüm Değer Yeterliliği		,945
Bartlett Testi	Ki-Kare Değeri	17392,411
	Sd	1326
	p (p<0,05)	,000

KMO ve Bartlett testleri ile yapılan hesaplama sonucunda KMO değeri (0,945) bulunmuş olup bu değer örneklemin uygunluğunu göstermektedir. Bartlett testi ise analiz sonuçlarının anlamlı (p değeri 0,000) olduğu göstermektedir.

Tablo 3'deki her bir faktörün açıkladığı çeşitlilik ve toplam açıklanan çeşitlilik değerlerine bakıldığında, tüm faktörlerin

Faktör sayısını belirleyebilmek için maddelerin her birinin açıklayabildiği ve toplam açıklanan çeşitliliğe (varyans) bakılmıştır. Bu çeşitlilikte özdeğeri (Eigenvalue) 1'den büyük faktörler dikkate alınmıştır. Bu sonuca göre, ölçeğin dokuz tane faktör içerdiği görülmektedir. ölçeği açıklayabildiği toplam çeşitliliğinin %66,220 olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Faktörler için Özdeğer (Eigen Value) ve Açıklanan Çeşitlilik Tablosu

Faktör	Özdeğer (Eigenvalue)	Çeşitlilik yüzdesi (%)	Kümülatif Toplam (%)
1	17,740	34,115	34,115
2	4,944	9,507	43,622
3	3,112	5,984	49,606
4	2,234	4,297	53,902
5	1,555	2,990	56,892
6	1,483	2,853	59,745
7	1,168	2,246	61,991
8	1,129	2,171	64,162
9	1,071	2,059	66,220

Ölçek faktörlerinin güvenilirliğini test etmek için madde iç tutarlılığına bakılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre faktör iç tutarlılık skorlarının her bir faktör için yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bu skorlar (Cronbach's Alpha) sırasıyla: her bir faktör için .955, .933, .898, .873, .891, .752, .847, .698 ve .805 olarak bulunmuştur. Her bir maddenin yüklendiği faktöre yapmış olduğu iç tutarlılık katkısı da ayrıca test edilmiştir. Bu testin sonuçlarına bakıldığında,  $\alpha$  değerlerinin güvenilir ve yüksek derecede güvenilir birer faktöre sahip olduğu göstermiştir. Ayrıca çıkan her bir değer de tekrar güvenilirliğine bakılmış ve çıkan sonucun

.752 olduğu gözlemlenerek faktörlerin araştırmada güvenilir bir boyuta sahip olduğu anlaşılmıştır.

Tablo 4'de yer alan dokuz faktör teoride yer alan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine yönelik faktörler ve faktör yükleri arasında da bir uyumun olduğu görülmektedir. Faktörleri oluşturan ölçek maddeleri incelendiğinde faktörlerin sırasıyla 'Terminal Personeli, Terminal Ortamı ve Kendi Yolunu Bulma, Terminal Tesisleri, Güvenilir ve Doğru Hizmet, Terminal Koşulları, İsteklik ve Anlık Hizmet, Avantaj ve Uygunluk, İnternet Erişimi ve Terminal Fiziksel İşlevsellik' olarak adlandırılmaları uygun bulunmuştur.

Tablo 4:Havalimanı Hizmetini Ve Müşteri Memnuniyetini Belirleyen Faktörler

Ölçek Maddeleri	1.Faktör $\alpha= 0,955$	2.Faktör $\alpha= 0,933$	3.Faktör $\alpha= 0,898$	4.Faktör $\alpha= 0,873$	5.Faktör $\alpha= 0,891$	6.För $\alpha= 0,752$	7.Faktör $\alpha= 0,847$	8.Faktör $\alpha= 0,698$	9.Faktör $\alpha= 0,805$
Personelin yolculara karşı tavırları nezaket kurallarına uygundur.	,755								
Personelin görünümü ve giyimi temiz ve şıktır.	,777								
Personel, genç ve bakımlıdır.	,801								
Personel, yolculara yardım hususunda isteklidir.	,784								
Personel, yolcuların problemlerine anlayışlı ve güven verici bir şekilde yaklaşır.	,668								
Personel, yolcuların sorularına tatmin edici cevaplar verir.	,570								
Personel, yolcuları kibar bir şekilde karşılar.	,704								
Personel, yolcuları gülümseyen bir yüzle karşılar.	,681								
Personel, yolcuların sorularına cevap verebilecek bilgi ve donanıma sahiptir.	,599								
Personel, uçuşa geç gelen yolcuya kibar ve hızlı bir şekilde hizmet verir.	,521								
Yolcular hizmet aldığı her bölgede kendini rahat ve güvende hisseder.		,519							
Terminal içi lavabo ve tuvaletlerin temizliğine dikkat edilir.		,641							
Terminal içi aydınlatma, ısıtma ve soğutma yeterli düzeydedir.		,682							
Terminal içi yürüyen bantlar, asansörler, otomatik kapılar ihtiyaçları karşılayabilmektedir.		,702							
Terminal içerisinde kendi yolunu bulma kolaylığı sağlanmıştır.		,771							
Terminal içi uçuş bilgi ekranları rahatlıkla okunabilmektedir.		,735							

<b>Ölçek Maddeleri</b>	<b>1.Faktör <math>\alpha= 0,955</math></b>	<b>2.Faktör <math>\alpha= 0,933</math></b>	<b>3.Faktör <math>\alpha= 0,898</math></b>	<b>4.Faktör <math>\alpha= 0,873</math></b>	<b>5.Faktör <math>\alpha= 0,891</math></b>	<b>6.För <math>\alpha= 0,752</math></b>	<b>7.Faktör <math>\alpha= 0,847</math></b>	<b>8.Faktör <math>\alpha= 0,698</math></b>	<b>9.Faktör <math>\alpha= 0,805</math></b>
Terminal içi işaret yönlendiricileri dikkat çekmektedir.		,783							
Terminal, engelli bireylere hizmet verebilmek için yüzey çalışmaları, yönlendirme levhaları, araç park yeri vb. gibi önemli hususları yerine getirir.		,643							
Terminaldeki hizmetlerin tümü uçuş saatlerinde kullanılabilir.			,696						
Terminal içi tamamlayıcı hizmetler (rent a car vb.) erişilebilir.			,848						
Terminal içi banka, ATM veya para değiştirme (döviz) kurumlarının yeterli düzeydedir.			,789						
Terminal, kiosk makineleri temin ederek yolculara online check-in ya da tanıtma, bilgilendirme, yönlendirme hizmeti sunar.			,681						
Yolculara yemek ve içecek ikramı ve multimedya, internet desteği verilir.			,658						
Terminalin iç ve dış görünümü çekicidir.			,572						
Özel yolcular için tasarlanan Lounge, VIP ve CIP hizmetleri yolcu istek ve arzularına göre geliştirilmiştir.			,812						
Yolcularla ilgili rezervasyon vb. işlemler hatasız ve gizli tutulur.				,627					
Terminal içi ya da dışı güvenilirdir.				,739					
Personelin davranışları güven verir.				,651					
Yolcular, yapılan işlemlerde kendini güvende hisseder.				,647					
Alınan güvenlik önlemleri yolculara güvendeymiş hissi sağlar.				,660					
Hizmet, vaat edildiği şekilde gerçekleşir.				,524					
Terminalin hizmetlerini gösteren materyaller (dergi, broşür vb.) çekicidir.					,684				
Terminal içerisinde, hava yolu işletmesine ait ekipmanlar moderndir.					,629				

<b>Ölçek Maddeleri</b>	<b>1.Faktör <math>\alpha= 0,955</math></b>	<b>2.Faktör <math>\alpha= 0,933</math></b>	<b>3.Faktör <math>\alpha= 0,898</math></b>	<b>4.Faktör <math>\alpha= 0,873</math></b>	<b>5.Faktör <math>\alpha= 0,891</math></b>	<b>6.För <math>\alpha= 0,752</math></b>	<b>7.Faktör <math>\alpha= 0,847</math></b>	<b>8.Faktör <math>\alpha= 0,698</math></b>	<b>9.Faktör <math>\alpha= 0,805</math></b>
Terminal, özel yolcular için tasarlanan Lounge, VIP ve CIP gibi hizmetleri sunar.					,592				
Terminal, yeşil havalimanı (green airport) kapsamında istenen koşulları yerine getirir.					,706				
Hizmetler zamanında yerine getirilir.						,566			
Sunulacak hizmetin zamanı tam olarak bildirilir.						,657			
Personel, yolcuların kişisel isteklerinde anlayışlıdır.						,635			
Terminal, uçağını kaçırın yolcular için alternatif uçuşlar ya da kolaylıklar sunabilir.							,537		
Yolcuların, alanlara ücretsiz ya da uygun fiyat koşuluyla ulaşım imkânı sağlanır.							,736		
Terminal içi alışveriş tesisleri ve bulunan ürünler uygun fiyat ve çeşitliliği kolaylığında kiraya ya da satışa sunulur.							,688		
Web sitesinden hizmet alma yolcuların beklentisine uygun ve kullanımı kolaydır.								,662	
Terminal mobil uygulamalara geçerek yolculara kolaylık sağlar.								,702	
Bekleme bölgesinde yeteri kadar oturulabilecek yer vardır.									,664
Bekleme veya kapı (gate) alanları rahat ve havadardır.									,587

Faktör analizinden çıkan sonuçlara göre Mann - Whitney U ve Kruskal - Wallis testleri uygulanarak faktörlerin demografik değişkenlere göre ilişkisi test edilmiştir. Havalimanı hizmetini ve müşteri

memnuniyetini belirleyen faktörlerin cinsiyet ve medeni durum değişkenleri ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Mann - Whitney U testi sonuçları Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5: Havalimanı Hizmetini Ve Müşteri Memnuniyetini Belirleyen Faktörlerin Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenlerine Göre Değerlendirilmesi

	Cinsiyet		Medeni Durum	
	Z	P	Z	P
Terminal Personeli	-1,587	0,112	-1,231	0,218
Terminal Ortamı ve Kendi Yolunu Bulma	-2,199	<b>0,028</b>	-0,519	0,604
Terminal Tesisleri	-1,672	0,095	-1,791	0,073
Güvenilir ve Doğru Hizmet	-1,393	0,163	-1,046	0,296
Terminal Koşulları	-1,208	0,227	-0,553	0,580
İsteklik ve Anlık Hizmet	-0,972	0,331	-1,032	0,302
Avantaj ve Uygunluk	-0,780	0,436	-1,653	0,098
İnternet Erişimi	-0,668	0,504	-2,453	<b>0,014</b>
Terminal Fiziksel İşlevsellik	-0,123	0,902	-1,948	0,051

Tablo 5’ e göre havalimanı hizmetini ve müşteri memnuniyetini belirleyen terminal ortamı ve kendi yolunu bulma faktörler açısından %95 güven aralığında cinsiyet grupları arasında anlamlı ( $P=0,028<0,05$ ) farklılık olduğu bulgusu elde edilirken internet erişiminin ise faktörler açısından %95 güven aralığında medeni durum

grupları arasında anlamlı ( $P=0,014<0,05$ ) bir farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Havalimanı hizmetini ve müşteri memnuniyetini belirleyen faktörlerin yaş, eğitim, meslek, gelir ve seyahat sıklığı değişkenleri ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Kruskal – Wallis testi sonuçları aşağıdaki Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Havalimanı Hizmetini Ve Müşteri Memnuniyetini Belirleyen Faktörlerin Yaş, Eğitim, Meslek, Gelir ve Seyahat Sıklığı Değişenlerine Göre Değerlendirilmesi

	Yaş		Eğitim		Meslek		Gelir		Seyahat Sıklığı	
	X <sup>2</sup>	P	X <sup>2</sup>	P	X <sup>2</sup>	P	X <sup>2</sup>	P	X <sup>2</sup>	P
Terminal Personeli	8,716	0,121	0,905	0,824	11,638	0,071	5,772	0,217	5,699	0,337
Terminal Ortamı ve Kendi Yolunu Bulma	4,148	0,528	1,439	0,697	14,841	<b>0,022</b>	3,286	0,511	10,412	0,064
Terminal Tesisleri	4,511	0,478	2,031	0,566	10,743	0,097	9,730	<b>0,045</b>	4,442	0,488
Güvenilir ve Doğru Hizmet	6,184	0,289	0,306	0,959	8,044	0,235	5,083	0,279	8,540	0,129
Terminal Koşulları	3,591	0,610	10,611	<b>0,014</b>	24,057	<b>0,001</b>	21,431	<b>0,000</b>	6,530	0,258
İsteklik ve Anlık Hizmet	9,407	0,094	1,171	0,760	12,003	0,062	9,179	0,057	15,352	<b>0,009</b>
Avantaj ve Uygunluk	11,213	<b>0,047</b>	5,553	0,136	18,047	<b>0,006</b>	9,345	0,053	2,071	0,839
İnternet Erişimi	20,761	<b>0,001</b>	5,070	0,167	9,372	0,154	9,209	0,056	4,316	0,505
Terminal Fiziksel İşlevsellik	7,548	0,183	1,897	0,594	9,896	0,129	4,526	0,339	2,665	0,751

Tablo 6'ya göre havalimanı hizmetini ve müşteri memnuniyetini belirleyen avantaj ve uygunluk ile internet erişimi faktörler açısından %95 güven aralığında yaş grupları arasında anlamlı ( $P=0,001<0,05$  ve  $P=0,047<0,05$ ) farklılık olduğu, terminal koşulları faktörler açısından %95 güven aralığında eğitim grupları arasında anlamlı ( $P=0,014<0,05$ ) farklılık olduğu, terminal ortamı ve kendi yoluna bulma terminal koşulları ve avantaj ve uygunluk faktörler açısından %95 güven aralığında meslek grupları arasında anlamlı ( $P=0,001<0,05$ ,  $P=0,006<0,05$  ve  $P=0,022<0,05$ ) farklılık olduğu, terminal tesisleri ve terminal koşulları faktörler açısından %95 güven aralığında gelir grupları arasında anlamlı ( $P=0,000<0,05$  ve  $P=0,045<0,05$ ) farklılık olduğu ve son olarak isteklik ve anlık faktörler açısından %95 güven aralığında gelir grupları arasında anlamlı ( $P=0,009<0,05$ ) bir farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir

## SONUÇ

Ülkemizde yaşanan son zamanlardaki gelişmeler, havayolu taşımacılığı sektöründe rekabetin artmasına ve yolcuların yani müşterilerin görünümünde değişime katkı sağlamıştır. Havalimanlarının bu yoğun rekabet ortamında kaliteli hizmet verebilmesi, değişen tüketici beklenti ve ihtiyaçlarının iyi anlaşılıp karşılanmasına bağlıdır. Bu beklenti ve ihtiyaçların ne derece karşılanması müşteri memnuniyetini de o derece etkileyecektir.

Araştırma sonuçlarına göre, havayolu yolcularının tercih nedenleri ve onların memnuniyetleri sağlayan çeşitli faktörler belirlenmiştir. Bu faktörlerin belirlenmesi için sorulan 45 soru dokuz faktör altında toplanmıştır. Bunlar sırasıyla; Terminal Personeli, Terminal Ortamı ve Kendi Yolunu Bulma, Terminal Tesisleri, Güvenilir ve Doğru Hizmet, Terminal Koşulları, İsteklik ve Anlık Hizmet, Avantaj ve Uygunluk, İnternet Erişimi ve

Terminal Fiziksel İşlevsellik şeklindedir. Bu dokuz faktör müşterilerin maddelere verdikleri tercihlere göre oluşturulmuştur. Sonuç olarak; havalimanındaki hizmet kalitesinin uzun vadeli müşteri memnuniyetini sağlayabilmek için bu faktörlere önem vermeleri gerektiği anlaşılmaktadır.

Bu çalışmanın sadece bir hava yolu işletmesinde uygulanması ve tek bir anket uygulanmasına dayanması bir kısıtlılıktır. Bu kısıtlılığın giderilebilmesi için birden

çok hava yolu ve yolcu üzerinde araştırma yapılmaya devam edilmelidir. Ayrıca müşteri istek ve arzularında zaman içerisinde gerçekleşecek olan değişimler göz önüne alınarak belirli aralıklarla çalışmanın tekrar edilmesi faydalı olacaktır. Ayrıca çalışma yapacak olan araştırmacılar iş görenler ve yöneticiler için ayrı geliştirilmiş ölçekler yardımıyla araştırma yapılabilir ve birbirinden bağımsız yürütülen bu çalışmaların sonuçlarını kıyaslama yoluna gidilebilir.

#### KAYNAKÇA

1. ACUNER, Ş. (2004), Müşteri İlişkilerinde Hareket Noktası: Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü, Ankara, Milli Produktivite Merkezi Yayınları.
2. AKTEPE, C. ve BAŞ, M. (2008), "Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite (Beklenti) İlişkisi ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz ", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1): 81-96.
3. AVCILAR, M. Y. (2008), "Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1): 11-30.
4. AYAN, Y. (2015), "Kamu Kurumlarında Hizmet Kalitesi: Eskişehir'de Bir Araştırma", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
5. BUCAK T. ve ÖZKAYA E. (2015), "Havalimanında Hizmet Veren Yiyecek-İçecek İşletmelerinde Fiyatın Misafir Memnuniyetine Etkisi (İstanbul Atatürk Havalimanı İç Hatlar Terminal Örneği)", Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, (1) : 27-47.
6. BURUCUOĞLU, M. (2011), "Müşteri Memnuniyeti ve Sadakati Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi, Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
7. CEYLAN, M. (1997), "Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi ve Müşteri Memnuniyeti", Eğitim Yönetimi, 3(1): 23-29.
8. ÇELENK, İ. (2013), "Hizmet kalitesi ile müşteri sadakati arasındaki ilişki: Üniversite hazırlık dershaneleri üzerine bir uygulama Dershaneleri Üzerine Bir Uygulama", Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Uşak.
9. ÇELİKKOL E. S. vd., (2012), "Türkiye'de İç hatlardaki Havayolu Taşımacılığında Müşteri Tercihi ve Memnuniyetini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma", İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(3): 70-81.
10. ÇINAR, A. T. (2007), "İşletmelerde Müşteri Hizmeti ve Müşteri Memnuniyeti ile Farklı Bankalar ve Bölgeler İçin Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Uygulama", Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
11. DALGIÇ, A. (2013), "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler Antalya'da Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama", Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal

- Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
12. DEĞER MEN, H. A. (2006), Hizmet Ürünlerinde Kalite, Müşteri Tatmini ve Sadakati, İstanbul, Türkmen Kitabevi.
  13. DELİCE, E. K. ve GÜNGÖR, Z. (2008), “Müşteri İsteklerinin Sınıflandırılmasında Kano Model Uygulaması”, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi Akademik Bilişim, 193-198.
  14. DENİZLİ, İ. (2010), “Hazır Giyim Perakende Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Ürün İade Hizmeti İle Müşteri Bağlılığının Sayılması”, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
  15. DOĞAN, H. (2013), “Süpermarketlerin Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği”, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
  16. EROĞLU, E. (2005), “Müşteri Memnuniyeti Ölçüm Modeli”, İstanbul Üniversitesi İşletme Dergisi, 34(1): 7-25.
  17. ELGÜN, A. vd., (2013), “Yeni Tüketim Mekânları Olarak Havalimanı Terminalleri”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 24(1): 70-82.
  18. GÜNER, G. (2013), “Otomotiv Sektöründe Müşteri Memnuniyetinin Satışa Etkileri; Ford Örneği”, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
  19. GÜMÜŞ, C. (2014), “Müşteri Memnuniyeti ve Müşteriyi Elde Tutmanın Müşteri Sadakatine Etkisi: Bir Araştırma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.
  20. HEMEDOĞLU, E. (2010), “Toplu Taşımacılık Sektöründe Hizmet Kalitesini Ölçme: Algılanan Hizmet Kalitesini Ölçme ve Müşterinin Arzuladığı Hizmet Kalitesi Üzerindeki Etkileri”, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
  21. KORKMAZ H. vd., (2015), “Havayolu İç Hatlarda Algılanan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Tekrar Satın Alma Davranışına Etkisi”, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2): 248-265.
  22. MURAT, G. ve ÇELİK, N. (2007), “Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesini Değerlendirme: Bartın Örneği”, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3(6): 1-20.
  23. OKUMUŞ, A. ve ASİL, H. (2007), “Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi”, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(1): 152-175.
  24. OKUMUŞ, A. ve DUYGUN, A. (2008), “Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2):17-38.
  25. ORUÇ, S. (2008), “Dünyadaki Müşteri Memnuniyeti Endeksleri Bağlamında Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksinin Yeniden İncelenmesi”, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Gebze.
  26. ÖMÜRBEK N. vd., (2013), “Hizmet Sektöründe Performans Ölçümünde Veri Zarflama Analizinin Kullanımı: Havalimanları Üzerine Bir Uygulama”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 4(9): 21-43.
  27. ÖZTÜRK, S. A. (1998), Hizmet Pazarlaması, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
  28. SAVAŞ, H. ve AY, M. (2005), “Üniversite Kütüphanesi Tasarımında

- Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(3): 80-98.
29. SEVİMLİ, S. (2006), “Hizmet Sektöründe Kalite ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
30. SEYFULLAYEV, H. (2015), “Yüksek Öğretim Kurumlarında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Ankara’da Kamu ve Vakıf Üniversitelerinde Bir Araştırma”, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
31. ŞAHİN, N. K. (2016), “Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Belediyelerde Buna İlişkin Bir Araştırma”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
32. TUNCEL A. vd., (2013), “Havayolu Yolcu Haklarına İlişkin Yasal Düzenlemelerin Yolcular Tarafından Değerlendirilmesi: İstanbul Atatürk Havalimanında Bir Araştırma”, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 7(13): 584-613.
33. TUNCER B. ve GAVCAR E. (2014), “Havalimanı Terminal Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi” Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(6): 183-211.
34. USTASÜLEYMAN, T. (2009), “Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: Ahs-Topsis Yöntemi”, Bankacılar Dergisi, 33-43.
35. YAPRAKLI, Ş. ve SAĞLIK, E. (2010), “Hizmet İşletmelerinde Rekabet Aracı Olarak Hizmet Kalitesi ve İlişki Kalitesi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, Öneri Dergisi, 9(34): 71-85.
36. YAŞAR M. ve ÖZDEMİR E. (2016), “Türkiye’de Yer Hizmetleri İşletmelerindeki Hizmet Kalitesinin Servqual Yöntemi ile Ölçülmesi”, Türk Hava Kurumu Üniversitesi The 3rd International Aviation Management Conference: 71-82.
37. YUMUŞAK, N. U. (2006), “Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Uygulaması”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
38. ZİNCİRKIRAN M. (2016), “Türkiye’de Sivil Havacılık Uygulamaları ve Bu Alanda Yapılan Araştırmalar Üzerine Bir Değerlendirme”, International Journal of Social Academia, 1(1): 1-12.