

# ONLINE ALIŞVERİŞLERDE MÜŞTERİ BAKIŞ AÇISIYLA PSİKOLOJİK SÖZLEŞME İHLALİ: BİR ÖLÇEK UYARLAMA ÇALIŞMASI<sup>1</sup>



Kafkas Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler  
Fakültesi  
KAÜİBFD  
Cilt, 13, Sayı 25, 2022  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

Makale Gönderim Tarihi: 22.12.2021

Yayına Kabul Tarihi: 13.02.2022

Yağmur KERSE  
Dr. Öğr. Üyesi  
Kafkas Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
Kars, Türkiye  
yagmurtarhan@hotmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-6773-1153

Kamile MERİÇ  
Dr. Öğr. Üyesi  
Kafkas Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
Kars, Türkiye  
kguner26@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-9859-5035

**ÖZ** | Bu çalışmada Chang ve Zhang (2019) tarafından geliştirilen psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin Türkçeye uyarlanması amaçlanmıştır. Literatürde psikolojik sözleşme ihlali kavramının genel olarak örgütsel bağlamda ele alındığı görülmektedir. Chang ve Zhang (2019) ise kavramı müşteri ve satıcı açısından ele almışlardır. Çalışma kapsamında dört ifadeden oluşan söz konusu ölçme aracı Türkçeye tercüme edilmiştir. Araştırmaya kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 388 katılımcı dâhil edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 18 ve AMOS 18 paket programları kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Yapılan analizler neticesinde Türkçeye uyarlanan formun, seçilen örneklem üzerinde güvenilir ve geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Psikolojik sözleşme ihlali, psikolojik sözleşme ihlali ölçeği, ölçek uyarlama  
**JEL Kodları:** M10, M30, M31

**Alan:** İşletme

**Türü:** Araştırma

**DOI:** 10.36543/kauiibfd.2022.006

**Atıfta bulunmak için:** Kerse, Y., & Meriç, K. (2022). Online alışverişlerde müşteri bakış açısıyla psikolojik sözleşme ihlali: Bir ölçek uyarlama çalışması. *KAÜİBFD*, 13(25), 114-128.

<sup>1</sup> İlgili çalışmanın etik kurallara uygunluğu beyan edilmiştir.

# PSYCHOLOGICAL CONTRACT BREACH FROM CUSTOMER'S PERSPECTIVE IN ONLINE SHOPPING: A SCALE ADAPTATION STUDY



Kafkas University  
Economics and Administrative  
Sciences Faculty  
KAUJEASF  
Vol. 13, Issue 25, 2022  
ISSN: 1309 – 4289  
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 22.12.2021

Accepted Date: 13.02.2022

Yağmur KERSE  
Asst. Prof. Dr.  
Kafkas University  
Faculty of Economics and  
Administrative Sciences,  
Kars, Turkey  
yagmurtarhan@hotmail.com  
**ORCID ID: 0000-0002-6773-1153**

Kamile MERİÇ  
Asst. Prof. Dr.  
Kafkas University  
Faculty of Economics and  
Administrative Sciences,  
Kars, Turkey  
kguner26@gmail.com  
**ORCID ID: 0000-0002-9859-5035**

**ABSTRACT** In this study, it is aimed to adapt the psychological contract breach scale developed by Chang and Zhang (2019) into Turkish. In the literature, it is seen that the concept of psychological contract breach is generally handled in the organizational context. Chang and Zhang (2019) on the other hand, discussed the concept from the perspective of the customer and the seller. Within the scope of the study, the said measurement tool consisting of four expressions was translated into Turkish. 388 participants selected by convenience sampling method were included in the study. The obtained data were analyzed using SPSS 18 and AMOS 18 package programs. It was concluded that the form adapted to Turkish was reliable and valid on the selected sample.

**Keywords:** *Psychological contract breach, psychological contract breach scale, scale adaptation*

**JEL Codes:** *M10, M30, M31*

**Scope:** *Business Administration*

**Type:** *Research*

## 1. GİRİŞ

Hayatın hemen hemen her alanında yer alan sözleşmeler işlem yapan tarafları birbirine bağlayan ve tarafların faaliyetlerini düzenleyen öğelerdir. Genel olarak ekonomik ve yasal yaptırımları bulunan sözleşmelerin açıkça dile getirilmeyen ama algısal yükümlülüklerle ilgili olan psikolojik bir bileşeni bulunmaktadır. Tüm sözleşmelerin doğaları gereği eksik oldukları göz önüne alındığında psikolojik bileşenin neredeyse tüm sözleşmelerde kaçınılmaz olduğu söylenebilir. Eğer bir taraf diğerinin belirli davranışları yapmak zorunda olduğuna inanıyorsa burada bir psikolojik sözleşmeden bahsedilmektedir (Pavlou & Gefen, 2005).

Psikolojik sözleşme kavramı genel itibariyle örgütsel bağlamda ele alınmaktadır (Zacher & Rudolph, 2021; Estreder, 2020; Kanbur & Ay, 2020; Koçak, Kerse, & Babadağ, 2018; Guo, 2017). Bu yönüyle psikolojik sözleşme, işverenler ile işgörenlerin karşılıklı beklentilerini ortaya koyan, yazılı olmayan ve açıkça ifade edilmeyen anlaşmalardır. Psikolojik sözleşmede taraflar birbirlerine karşı yükümlülüklerinin olduğuna inanmaktadırlar (Cihangiroğlu & Şahin, 2010). İşgörenler verdikleri emeklerin karşılığını almayı beklerken işverenler de işgörenlerin aldıkları ücretin karşılığını vermesini beklemektedirler (Tarakçı & Akın, 2017). İşgörenler ve işverenler arasında görülen bu tür psikolojik sözleşmelerin benzerlerini müşteriler ile işletmeler arasında da görmek mümkündür. Müşteriler işletmelerden kaliteli ürünler, uygun fiyat, zamanında teslimat, iyi hizmet vb. beklerken işletmeler de müşterilerden sadakat, tavsiye edilme, geribildirim vb. beklemektedirler.

Psikolojik sözleşmenin işletmelerin müşterileri ile uzun vadeli ve iyi ilişkiler kurmasında bir araç olduğu söylenebilir. Müşterilerle iyi ilişkiler kurabilmenin farklı yolları olsa da hepsinin temelinde “müşteri beklentilerini karşılama”nın yer aldığı ifade edilebilir. Çünkü müşteriler alışverişlerini birtakım beklentiler doğrultusunda yapmakta ve beklentilerini en iyi karşılayan işletmelerden alışveriş yapmaya devam etmektedirler. Tarafların karşılıklı olarak yükümlülüklerini yerine getireceği inancına ve algılanan beklentilere dayanan psikolojik sözleşmede taraflardan birinin beklentisinin karşılanmaması ilişkiyi bozmakta ve tarafların birbirlerine olan inancını azaltmaktadır (Cihangiroğlu & Şahin, 2010).

Bu çalışma ile psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmasının yapılarak ölçeğin Türkiye’deki araştırmalar için kullanılabilirliğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Zira literatürde müşteri ve satıcı açısından psikolojik sözleşme ihlali ölçen Türkçe bir ölçeğe rastlanılmamıştır. Bu nedenle çalışmada Robinson ve Morrison (2000) tarafından geliştirilen psikolojik sözleşme ihlali ölçeğini müşteri ve satıcı açısından ele alarak

düzenleyen Chang ve Zhang'ın (2019) psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması yapılmıştır. Diğer taraftan çalışan ve örgüt ilişkisindeki psikolojik sözleşmeleri ele alan çeşitli çalışmalar (Restubog, Bordia, & Tang, 2006; Aslan & Uyar, 2018; Rehman, Ali, Sajjad Hussain, & Zamir Kamboh, 2019) bulunmasına rağmen pazarlama bağlamında psikolojik sözleşme üzerine çok az araştırma vardır (Li & Lin, 2010). Bu nedenle çalışmanın bir diğer amacı da psikolojik sözleşme kavramını müşteri ve satıcı bağlamında ele alarak literatüre katkı sağlamaktır.

## 2. TEORİK ARKA PLAN

### 2.1. Psikolojik Sözleşme İhlali

1960'ların başında kavramsallaştırılan psikolojik sözleşme 1962'de Levinson ve diğerlerinin çalışmasında yer aldıktan sonra 1965'te Schein tarafından ele alınmıştır. Bu çalışmalarda, genel anlamda psikolojik sözleşme kavramı iki taraflı bir ilişkide tarafların karşılıklı olarak birbirlerine katkı yapacakları ve nihayetinde de bir tarafın diğer tarafa bunun karşılığını vereceğine ilişkin inanç olarak ifade edilmiştir. Kavram örgütsel bağlamda ise çalışan ile örgüt ilişkisini meydana getiren yükümlülükler ile ilgili beklentiler olarak tanımlanmıştır (Morrison & Robinson, 1997).

Rousseau'ya (1989) göre psikolojik sözleşme bir bireyin diğer bir taraf ile aralarında gerçekleştirdikleri anlaşmanın hükümlerine olan inancını ifade etmektedir. Psikolojik sözleşme, yazılı bir sözleşme olmayıp kişilerin algılarına yönelik olarak zihinlerinde yer alan sözleşmelerdir. Ayrıca psikolojik sözleşmenin tarafları arasında yani çalışan ve işveren ya da müşteri ve satıcı arasında karşılıklı bir bağımlılık ve yükümlülük söz konusudur. Bunların yanı sıra psikolojik sözleşmeler hem zamana hem de bireylere bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Dikili & Bayraktaroğlu, 2013).

Roehling (1997) psikolojik sözleşme kavramının ev sahibi ile kiracı arasındaki ilişki, danışman ile müşteri arasındaki ilişki, eşler arasındaki ilişki, öğretmen ile öğrenci arasındaki ilişki gibi birçok ilişkiyi tanımlamak için genelleştirilebileceğini belirtmektedir (Li & Lin, 2010). Dolayısıyla psikolojik sözleşme ile ortaya çıkan bu ilişkiler bireylerin gerek özel hayatlarında gerekse çalışma hayatlarında görülebilmektedir. Bunun yanında söz konusu ilişkiler çalışanlar ile örgütler arasında görülebileceği gibi müşteriler ile markalar veya işletmeler arasında da ortaya çıkabilmektedir. Konuyla ilgili her ne kadar çalışan ve örgütler arasındaki ilişkilerin daha çok vurgulandığı görülse de (Restubog, Bordia & Tang, 2006; Aslan & Uyar, 2018; Rehman vd., 2019), bu ilişki ağının müşteri ile markalar veya işletmeler için de kullanılması mümkündür. Tıpkı çalışanlar ile örgütler arasındaki ilişkilerde olduğu gibi müşteriler de markalar ile

psikolojik sözleşmeler geliştirmektedirler. Hem müşteri-marka hem de çalışan-örgüt ilişkisi bir birey ve bir örgüt arasında oluşmaktadır. Her iki durumda da bireyler ve örgüt arasında taahhütler veya beklentiler söz konusudur. Müşterilerin psikolojik sözleşme beklentileri genellikle markaların reklamları, satış personelinin ürün önerileri ya da diğer müşterilerin yaptıkları ağızdan ağıza pazarlama gibi araçlarla verilen taahhütlere dayanmaktadır (Liu, Yang, & Chen, 2020).

Öznel bir olgu olan psikolojik sözleşme ihlali ise bir alıcının davranışını ve tutumunu etkileyen bir ihlalin meydana geldiğine dair düşüncesi olarak ifade edilmektedir. Burada alıcının bu düşüncesinin geçerli olup olmadığına bakılmamaktadır. Örneğin, satıcı online mağazasında bir ürünün satışa hazır olduğunu belirttiğinde alıcı bu durumu siparişi verdiğinde o ürünü alabileceğine dair bir söz olarak yorumlamaktadır. Bu durumda satıcı beklenmedik bir şekilde siparişi iptal ettiğinde alıcı psikolojik sözleşmede bir ihlal algılayabilmektedir. Bazı durumlarda da psikolojik sözleşme ihlali sözleşmenin gerçekten ihlal edilmesinden kaynaklanabilmektedir. Örneğin, satıcı alıcıya siparişin onaylanması halinde siparişinin beş iş günü içinde teslim edileceğine dair açıkça söz verdiği halde sözünü tutmayabilmektedir (Chang & Zhang, 2019, s. 175). Burada söz konusu sözleşme özellikleri sadece tüketicinin algılarından oluşmaktadır ve işletme tarafından paylaşılması gerekmemektedir (Montgomery, Raju, Desai, & Unnava, 2018).

Online alıcı-satıcı ilişkisi açısından değerlendirildiğinde psikolojik sözleşme ihlalinin yıkıcı bir rolü olabilmektedir. Satıcının sözünü yerine getirememesi ya da ihmalkâr davranışları alıcının güveninin sarsılmasına ve dolayısıyla satıcının eylemleri hakkındaki algısının ya da inancının son bulmasına neden olmaktadır (Mehmood, Rashid, & Zaheer, 2018). Güveni sarsılan müşterilerin çoğu da online siparişlerini iptal etmekte (Hou, 2005) ve güven duymadıkları online satıcılardan sipariş vermemeye başlamaktadırlar. Nitekim yapılan son araştırmalar da müşterinin sözleşmelerdeki ihlal algılarının olumsuz bir tutumla sonuçlandığını göstermektedir (Liu vd., 2020).

### **3. YÖNTEM**

#### **3.1. Araştırmanın Etik İzinleri**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi'nde belirtilmiş olan tüm kurallara uyulmuştur. Etik kurul izin belgesi, Kafkas Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 20.10.2021 tarih ve 23 sayılı 8 nolu kararı ile alınmıştır.

### 3.2. Psikolojik Sözleşme İhlali Ölçeğinin Türkçeye Çeviri Çalışması

Robinson ve Morrison'ın (2000) geliştirdiği psikolojik sözleşme ihlali ölçeği Chang ve Zhang (2019) tarafından müşteri-satıcı bağlamına uyacak şekilde değiştirilmiştir. Ölçek dört ifadeden oluşmaktadır ve 7'li likert tipinde hazırlanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı ise 0,89'dur (Chang & Zhang, 2019). Bu değer ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılan psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin (Chang & Zhang, 2019) Türkçe uyarlama çalışmasında birkaç adım izlenmiştir. İlk olarak ölçek araştırmacılar tarafından ayrı ayrı İngilizce aslından Türkçeye çevrilmiştir. Araştırmacılar çevirdikleri ölçek maddelerini karşılaştırarak en uygun ifadeleri belirlemişlerdir. Sonrasında Türkçe ölçek alanında uzman iki kişi tarafından değerlendirilmiş ve ölçeğe son şekli verilmiştir. Daha sonra ölçek, iyi derecede İngilizce bilen bir uzman tarafından tekrar İngilizceye çevrilmiştir. Bu çeviri orijinal ölçekle kıyaslandığında ölçek maddelerinin aynı anlamı ifade ettiği görülmüştür. Alan uzmanlarının görüşlerine yeniden başvurulmuş ve yapılan tüm değerlendirmeler sonucunda elde edilen Türkçe ölçek için pilot çalışma yapılmasına karar verilmiştir.

### 3.3. İstatistiksel Analiz

Araştırmada değerlendirmeye alınan veriler için SPSS 18 ve AMOS 18 paket programları kullanılarak analizler yapılmıştır. Psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin güvenilirliğinin belirlenmesinde Cronbach Alpha katsayısına ve düzeltilmiş madde toplam puan korelasyonuna bakılmıştır. Daha sonra ölçeğin geçerliliğini belirlemek için keşfedici (açıklayıcı) faktör ve doğrulayıcı faktör analizleri kullanılmıştır.

### 3.4. Pilot Çalışma

Pilot çalışma için oluşturulan 80 kişilik bir tüketici grubuna anket formu pandemi nedeniyle yüz yüze görüşmenin yaratabileceği risklerden dolayı online olarak gönderilmiştir. Katılımcılardan ölçekte anlaşılmayan ifadeler varsa ya da daha uygun ifadelere ulaşmak için önerileri varsa iletmeleri istenmiştir. Pilot çalışmaya katılanlardan 43'ünün kadın 37'sinin erkek; çoğunluğunun 26-40 yaş arası (63) ve ağırlıklı olarak ön lisans/lisans (52) eğitim düzeyine sahip bireyler olduğu belirlenmiştir.

Pilot çalışmada psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin güvenilirliğini belirlemeye yönelik olarak Cronbach Alpha tekniğinden yararlanılmıştır. Cronbach Alpha katsayısının 0,80 ve üzerinde olması ölçek maddelerinin güvenilir olduğunu göstermektedir (Ho, 2006, s: 240). Analizde elde edilen bulgular Tablo 1'de yer almaktadır. Tablo incelendiğinde Cronbach Alpha katsayısının 0,953 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ölçeğin güvenilir olduğu ifade edilebilir.

**Tablo 1.** Pilot Çalışmaya İlişkin Güvenilirlik Analizi Bulguları

Madde No	Madde Silinirse Ölçek Ortalaması	Madde Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach Alpha Katsayısı
P1	6,5125	14,456	,790	,970
P2	6,6625	14,657	,899	,934
P3	6,6250	14,415	,923	,927
P4	6,7500	14,570	,944	,921
<b>Cronbach Alpha= ,953</b>				

Pilot çalışmadan elde edilen verilerin geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi yapılmış ve analize ilişkin bulgular Tablo 2’de sunulmuştur. KMO değerinin 0,70’den büyük olması ve Bartlett küresellik testinin de anlamlı olması faktör analizinin yapılabileceğine işaret etmektedir (Leech, Barrett, & Morgan, 2005). Tablo 2’ye bakıldığında KMO değerinin 0,832 ve Bartlett küresellik testinin de anlamlı olduğu görülmektedir. Diğer taraftan faktör yüklerinin oldukça yüksek olduğu, dolayısıyla ölçek maddelerinin faktörü açıklamada yeterli olduğu söylenebilir.

**Tablo 2.** Pilot Çalışmaya İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Bulguları

Maddeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
		3,532	88,298	88,298
P1. Online satıcı, siparişi verdiğimde bana verdiği sözleri yerine getirmedi.	,874			
P2. Online satıcı bana verdiği sözleri yerine getirirken çok kötü bir iş çıkardı.	,947			
P3. Online satıcı bana verdiği sözü yerine getiremedi.	,961			
P4. Online satıcı bana verdiği sözleri tutmadı.	,973			
<b>KMO= ,832</b>		<b>Bartlett Küresellik Testi= 1102,487</b>		<b>P= ,000</b>

Pilot çalışma sonrasında araştırmacılar katılımcılardan gelen geribildirimleri ve analiz sonuçlarını değerlendirerek ölçek maddelerine son halini vermişler ve ölçeğin uygulanabilir olduğu kanaatine varmışlardır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Araştırmanın evreni online alışveriş deneyimine sahip 18 yaşından büyük tüketicilerden oluşmaktadır. Kolayda örnekleme yoluyla 600 kişiye online anket formu gönderilmiş ve toplam 417 geri dönüş olmuştur. Eksik ve hatalı doldurulan 29 anket çıkarılarak 388 anket analize dâhil edilmiştir. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri incelendiğinde %59'unun (229) kadın, %41'nin (159) erkek olduğu; katılımcıların %53,4'nün (207) 18-25 yaş arasında olduğu görülmüştür. Ayrıca katılımcıların %76,3'nün (296) önlisans-lisans, %19,1'nin (74) lisansüstü, %4,6'sının (18) ise lise ve altı eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir.

### 4.2. Güvenilirliğe İlişkin Bulgular

İç tutarlılık ölçek ifadelerinin birbiriyle ilişkisini değerlendirmektedir. Bir ölçeği oluşturan ifadelerin yüksek düzeyde iç tutarlılık göstermesi gerekmektedir. İç tutarlılığın değerlendirilmesinde en yaygın kullanılan güvenilirlik katsayısı ise Cronbach Alpha katsayısıdır (Netemeyer, Bearden, & Sharma, 2003). Tablo 3'te Psikolojik Sözleşme İhlali ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları**

Madde No	Madde Silinirse Ölçek Ortalaması	Madde Silinirse Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde Toplam Puan Korelasyonu	Madde Silinirse Cronbach Alpha Katsayısı
P1	6,2062	11,027	,684	,917
P2	6,3582	11,083	,778	,881
P3	6,3660	10,543	,842	,858
P4	6,4072	10,490	,855	,853
<b>Cronbach Alpha= ,905</b>				

Tablo 3 incelendiğinde Cronbach Alpha katsayısının 0,905 olduğu, dolayısıyla kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir. Ayrıca güvenilirliğe ilişkin madde toplam puan korelasyonu katsayılarına da bakılmıştır. Tabloya bakıldığında madde toplam puan korelasyonu değerlerinin de oldukça yüksek olduğu görülmekte ve bu durum da ölçeğin güvenilir olduğuna işaret etmektedir.

### 4.3. Keşfedici Faktör Analizi

Psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin yapısal olarak geçerli olduğunu belirlemek amacıyla yapılan keşfedici faktör analizi; geliştirilen veya başka bir dile ya da kültüre uyarlanan bir ölçekte yer alan ifadelerin altında yatan faktör yapısını keşfetmeyi amaçlamaktadır (Yaşlıoğlu, 2017). Keşfedici faktör analizindeki elde edilen sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır. KMO (,839)



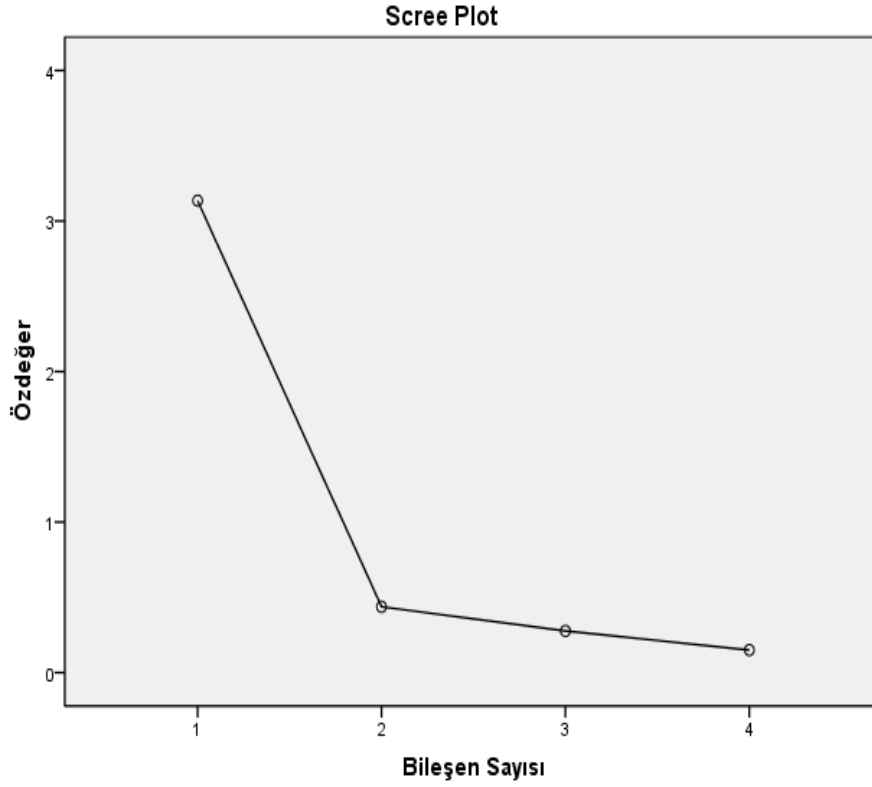
değerinin yüksek olması örneklemin yeterli olduğunu ve Bartlett Küresellik Testi sonucunun da anlamlı olması faktör analizinin yapılabileceğini göstermektedir.

**Tablo 4.** Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Maddeler	Faktör Yükleri	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Varyans
		3,135	78,387	78,387
P1. Online satıcı, siparişi verdiğimde bana verdiği sözleri yerine getirmedi.	,810			
P2. Online satıcı bana verdiği sözleri yerine getirirken çok kötü bir iş çıkardı.	,879			
P3. Online satıcı bana verdiği sözü yerine getiremedi.	,920			
P4. Online satıcı bana verdiği sözleri tutmadı.	,928			

**KMO= ,839** **Bartlett Küresellik Testi= 1102,487** **P= ,000**

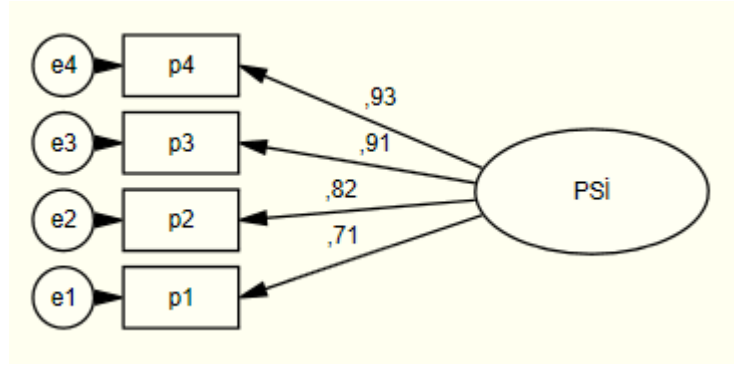
Keşfedici faktör analizi sonucunda psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin tek boyutlu bir yapı sergilediği saptanmıştır. Şekil 1 incelendiğinde birinci faktörden sonra keskin bir kırılmanın gerçekleştiği görülmektedir. Faktörün toplam varyansı açıklama oranının %78,387 olduğu ve ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin 0,810 ve 0,928 arasında değerler aldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda ölçek ifadelerinin faktörü açıklamada yeterli olduğu söylenebilir. Ayrıca pilot çalışmanın keşfedici faktör analizi sonucundaki gibi burada da aynı faktör yapısının ortaya çıkmış olması ölçeğin geçerliliğine ilişkin bir diğer kanıtı oluşturmaktadır (Şencan, 2005).



**Şekil-1: Yamaç Serpme Grafiği**

#### 4.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin yapısal olarak geçerli olup olmadığını test etmek amacıyla AMOS 18 paket programı kullanılmıştır ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda uyum iyiliği değerlerinin referans değerleri karşıladığı tespit edilmiştir ( $X^2/df = .581$ , CFI: 1.000, TLI: 1.000 ve RMSEA: .000).  $X^2/df$  değerinin 3'ün altında olması, CFI ve TLI değerlerinin 0,95'in üzerinde olması ve RMSEA değerinin de 0,05'in altında olması modelin iyi uyum gösterdiğine işaret etmektedir (Gürbüz, 2019). Şekil 2'de psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin faktör yapısı yer almaktadır. Şekil 2'de madde faktör yüklerinin 0,71 ve 0,93 arasında değiştiği görülmektedir.



Şekil-2: Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemeye yönelik olarak maddeler arası korelasyon değerlerine de bakılmıştır. Korelasyon analizi ölçek maddelerinin birbirleri ile hangi ölçüde ilişkili olduğu hakkında bilgi vermektedir (Şencan, 2005). Yapılan analize ilişkin sonuçlar Tablo 5'te yer almaktadır. Tablo 5 incelendiğinde maddeler arasında korelasyon değerlerinin 0,600 ve 0,849 arasında değerleri aldığı görülmektedir. Tablodaki maddeler arası ilişkiler incelendiğinde pozitif yönlü ilişkilerin bulunduğu görülmektedir.

Tablo 5. Maddeler Arası Korelasyon Değerleri

Faktörler	Mean	P1	P2	P3	P4
P1	2,2397	1			
P2	2,0876	,600**	1		
P3	2,0799	,647**	,743**	1	
P4	2,0387	,654**	,763**	,849**	1

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada Chang ve Zhang (2019) tarafından geliştirilmiş olan psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin Türkçeye uyarlaması yapılmıştır. Uyarlama çalışması araştırmacıların ölçek maddelerini orijinal dilden Türkçeye çevirmeleri ile başlamıştır. Elde edilen Türkçe ölçek daha sonra iki alan uzmanı tarafından değerlendirilmiştir. İyi düzeyde İngilizce bilen bir uzmanın Türkçe ölçeği tekrar İngilizceye çevirmesinin ardından orijinal ölçekle karşılaştırma yapılmıştır. Anlam farklılığının olmadığı görüldükten sonra alan uzmanları ile tekrar görüşülmüş olup son değerlendirmelerle birlikte Türkçe ölçek formu oluşturulmuştur. Yapılan pilot çalışma sonrasında da ölçek maddeleri son haline getirilmiştir. Daha sonra online alışveriş deneyimine sahip 18 yaşından büyük 388 tüketiciden oluşan örneklemden veri toplanmıştır. Elde edilen veriler

kullanılarak dört maddelik psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmış ve analizler neticesinde ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu görülmüştür. Dolayısıyla psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin ulusal yazında kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Psikolojik sözleşme ihlali kavramının müşterilerin tutum ve davranışlarını anlamada önemli bir araç olabileceği düşünülmektedir. Chang ve Zhang (2019) online alışverişlerde müşterilerin bir hizmet hatası yaşadıkları zaman psikolojik sözleşmede bir ihlal algıladıklarını tespit etmişler ve bu durumun müşteri memnuniyetsizliğinin yanında istenmeyen müşteri davranışlarına yol açabileceğini ifade etmişlerdir. Liu vd. (2020) ise bir markanın sözünü tutmadığını algılayan müşterilerin ihanete uğramış gibi hissedebileceğini; bunun sonucunda da markaya karşı olumsuz davranabileceğini ve dahası ihlal algısının markadan kaçınma noktasına kadar bile gelebileceğini ifade etmişlerdir. Bu açıdan değerlendirildiğinde araştırmacılar, psikolojik sözleşme ihlali kavramının olumsuz müşteri davranışlarını açıklamada yeni bir cevap olabileceğine inanmaktadırlar.

Bu araştırmada psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin ulusal yazına kazandırılması amacı güdüldüğünden kavramın öncül ve ardılları göz ardı edilmiştir. Bu sebeple gelecekteki çalışmalar için müşteri psikolojik sözleşme ihlalinin öncüllerinin ve ardıllarının belirlenmesine yönelik araştırmaların yapılması önerilmektedir. Öte yandan psikolojik sözleşme ihlali ölçeğinin Türkçeye uyarlamasının yapıldığı bu çalışmada elde edilen geçerlilik ve güvenilirlik bulguları araştırmaya katılan tüketiciler çerçevesinde sınırlılık taşımaktadır. Dolayısıyla ölçeğin daha geniş ve farklı örneklem grupları üzerinde uygulanmasının bu çalışmada elde edilen güvenilirlik ve geçerlilik bulgularını destekleyeceği söylenebilir.

## **6. ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI**

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

## **7. MADDİ DESTEK**

Bu çalışmada herhangi bir fon veya destekten yararlanılmamıştır.

## **8. YAZAR KATKILARI**

YK: Fikir;

YK: Tasarım;

YK, KM: Denetleme;

KM, YK: Kaynakların toplanması ve/veya işlenmesi;

YK: Analiz ve/veya yorum;  
KM: Literatür taraması;  
KM: Yazıyı yazan;  
YK, KM: Eleştirel inceleme

## 9. ETİK KURUL BEYANI VE FİKRİ MÜLKİYET TELİF HAKLARI

Çalışmada etik kurul ilkelerine uyulmuştur ve fikri mülkiyet ve telif hakları ilkesine uygun olarak gerekli izinler alınmıştır.

## 10. KAYNAKÇA

- Aslan, Ş., & Uyar, S. (2018). Psikolojik sözleşme ihlali ile hissettirdiklerinin örgütsel özdeşleşme, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerine etkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 1-38.
- Chang, H., & Zhang, L. (2019). Psychological contract breach and customer satisfaction: A study of online shopping. *Services Marketing Quarterly*, 40(2), 172-188.
- Cihangiroğlu, N., & Şahin, B. (2010). Organizasyonlarda önemli bir fenomen: Psikolojik sözleşme. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 1-16.
- Dikili, A., & Bayraktaroğlu, S. (2013). Psikolojik sözleşme ile iş tatmini ilişkisine yönelik bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(2), 205-227.
- Estreder, Y., Rigotti, T., Tomás, I., & Ramos, J. (2020). Psychological contract and organizational justice: The role of normative contract. *Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 17-34.
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference, 17.0 update*. Boston: Pearson.
- Guo, Y. (2017). Effect of psychological contract breach on employee voice behavior: Evidence from China. *Social Behavior and Personality*, 45(6), 1019-1028.
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi temel ilkeler ve uygulamalı analizler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ho, R. (2006). *Handbook of univariate and multivariate data analysis and interpretation with SPSS*. Boca Raton: Chapman & Hall/CRC.
- Hou, Y. (2005). *Service quality of online apparel retailers and its impact on customer satisfaction, customer trust and customer loyalty*. Doktora tezi, North Carolina University, Greensboro.
- Kanbur, E., & Ay, A. (2020). Psikolojik sözleşme algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(2), 531-549.

- Koçak, D., Kerse, G., & Babadağ, M. (2018). Psikolojik sözleşme ihlali, duygusal emek ve örgütsel sinizm arasındaki ilişki: Market çalışanları üzerinde bir uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(2), 584-605.
- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate statistics use and interpretation*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Li, Y., & Lin, Y. (2010). A research on the psychological contract structure between service enterprises and customers an empirical research on China's banking industry. *Nankai Business Review International*, 1(3), 317-337.
- Liu, H., Yang, J., & Chen, X. (2020). Making the customer-brand relationship sustainable: The different effects of psychological contract breach types on customer citizenship behaviours. *Sustainability*, 12(2).
- Mehmood, S., Rashid, Y., & Zaheer, S. (2018). Negative word of mouth and online shopping: Examining the role of psychological contract violation, trust and satisfaction. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 12(3), 886-908.
- Montgomery, N. V., Raju, S., Desai, K. K., & Unnava, H. R. (2018). When good consumers turn bad: Psychological contract breach in committed brand relationships. *Journal of Consumer Psychology*, 28(3), 437-449.
- Morrison, E. W., & Robinson, S. L. (1997). When employees feel betrayed: A model of how psychological contract violation develops. *Academy of Management Review*, 22(1), 226-256.
- Netemeyer, R.G., Bearden, W. O., & Sharma, S. (2003). *Scaling procedures: Issues and applications*. California: Sage Publications.
- Pavlou, P. A., & Gefen, D. (2005). Psychological contract violation in online marketplaces: antecedents, consequences, and moderating role. *Information Systems Research*, 16(4), 372-399.
- Rehman, S., Ali, S., Sajjad Hussain, M., & Zamir Kamboh, A. (2019). The role of physiological contract breach on employee reactions: Moderating role of organizational trust. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(2), 233-244.
- Restubog, S. L. D., Bordia, P., & Tang, R. L. (2006). Effects of psychological contract breach on performance of IT employees: The mediating role of affective commitment. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 79, 299-306.
- Robinson, S. L., & Morrison, E. W. (2000). The development of psychological contract breach and violation: A longitudinal study. *Journal of Organizational Behavior*, 21(5), 525-546.
- Rousseau, D. M. (1989). Psychological and implied contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2(2), 121-139.

- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Tarakçı, H., & Akın, A. (2017). Psikolojik sözleşme ihlali ve örgütsel sinizm: Çorum ili örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52), 1222-1230.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74-85.
- Zacher, H., & Rudolph, C. W. (2021). Relationships between psychological contract breach and employee well-being and career-related behavior: The role of occupational future time perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 42, 84-99.