

---

# SERVQUAL İLE 'BEKLENTİ'NİN ÖLÇÜMÜNE YÖNELİK BİR KRİTİK

---

Bahtışen KAVAK<sup>1</sup>

Ezgi SOĞANCI<sup>2</sup>

Canan ERYİĞİT<sup>3</sup>

## ÖZET

Bu çalışma literatürde en çok kabul gören hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinden SERVQUAL ölçüm modelini beklentilerin hizmet alımından sonra ölçülmesine yönelik olarak kritik etmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, hizmetle ilgili daha önce deneyimi olanlarla, olmayanların beklentileri arasındaki fark araştırılmıştır. Çalışmada öğrencilerin üniversiteye girdiklerinde deneyimin etkisi olmadan sahip oldukları beklentileri ile son dönemlerinde deneyimin etkisiyle hizmete ilişkin beklentileri karşılaştırılmış ve aradaki fark Mann Whitney U ile test edilmiştir. Sonuçta, bazı hizmet kalitesi unsurları açısından deneyimin etkisi olmadan ve deneyim sonrası oluşan beklenti düzeylerinin farklılaştığı tespit edilmiştir.

**Anahtar kelimeler:** hizmet kalitesi, SERVQUAL, beklenti, deneyim

## A CRITIQUE ON THE MEASUREMENT OF EXPECTATIONS WITH SERVQUAL

### ABSTRACT

In this study SERVQUAL which has been widely adopted in the literature was criticized on the basis of measurement of expectations after service experience. For this purpose, the difference between expectations of experienced and non-experienced consumers was examined. Expectation level of students was measured at the time they entered the university and at their last semester. Then, expectation levels at different times were compared using Mann Whitney U test. The results revealed that for some service quality elements expectation level differs among experienced and non-experienced consumers.

**Keywords:** service quality, SERVQUAL, expectation, experience

---

<sup>1</sup> Prof. Dr. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, bahtisenkavak@gmail.com

<sup>2</sup> Yüksek lisans öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

<sup>3</sup> Dr. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

## 1. Giriş

Hizmet kalitesi şletmeler açısından, tüketicici tatminini arttırma, tüketiciciyi elde tutma, olumlu ağızdan ağıza iletişim yaratma, daha yüksek karlılık gibi bazı faydalar yaratmaktadır. Nitekim hizmet kalitesi, şletmenin pazarlama ve finansal performansının güçlendiricisi olarak değerlendirilmektedir (Buttle, 1996). Bundan dolayı, şletmeler ürünlerinin algılanan kalitesini ve bu doğrultuda gelecekteki stratejilerini belirlemek istemektedirler (İçöz, 2005). Dolayısıyla, bir hizmet şletmesi tüketiciler tarafından nasıl değerlendirildiğini bilmek ve tüketicici beklentilerini daha iyi anlayabilmek amacıyla hizmet kalitesini ölçmek zordur. Ancak, hizmetin soyut, dayanıksız ve değişken olmasından dolayı hizmet kalitesinin ölçülmesi mal kalitesini ölçmeye göre daha zordur (Yılmaz, Filiz ve Yaprak, 2007). Oysa etkili kalite yönetimi için geçerli ve güvenilir bir ölçüm yönteminin varlığı önemlidir. Bundan dolayı hizmet kalitesinin ölçümü çok önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Buttle, 1996).

Hizmet kalitesinin ölçümü amacıyla geliştirilen ve en yaygın kullanılan model SERVQUAL (Service Quality) ölçüm modelidir (Asubonteng, McCleary ve Swan, 1996). SERVQUAL ölçüm modeli, bu çalışmada SERVQUAL olarak ifade edilecektir. SERVQUAL'ın yaygın kullanımına ve popülerliğine rağmen, modelle yönelik çeşitli teorik ve operasyonel eleştirilerin varlığı (örneğin, Newman, 2001; Cronin ve Taylor, 1992; Teas, 1993; Teas, 1994; Buttle 1996) önemli sorular ortaya çıkarmıştır. Hizmet kalitesinin teori ve pratikteki önemi nedeniyle (Asubonteng, vd., 1996; Teas, 1993) bu soruların cevaplanması teorik ve ampirik araştırmalara katkı sağlanması bakımından önemlidir (Teas, 1994). SERVQUAL'a yönelik önemli sorulardan birisi, beklentinin hizmet alımından sonra ölçümünün doğru olup olmadığına ilişkindir (Carman, 1990; Teas, 1994; Clow, Kurtz, Ozment ve Ong, 1997). SERVQUAL'ın uygulanış biçiminde hizmet sunumundan sonra anket uygulanarak, beklenti ve algı birlikte ölçülmektedir. Ancak, burada sorulan beklenti, hizmet alımından önce olmalıdır. Oysa hizmet alımından sonra beklenti düzeyi farklılaşabilir. Bunun temel nedeni, tüketicilerin hizmet kalitesine ilişkin beklentilerinin önceki deneyimlerinden etkilenmesidir (Johnson ve Mathews, 1997; Clow vd., 1998). Bu durumda, hizmeti ilk kez kullanmış tüketicici ve hizmeti daha önce kullanarak beklentilerini daha tutarlı olarak oluşturmuş tüketiciler aynı anda değerlendirilerek yanıltıcı sonuçlar elde edilebilecektir. Ancak, tüketicici hizmet deneyimine sahip olduğunda ve olmadığında beklenti düzeyindeki farklılığın araştırıldığı az sayıdaki ampirik çalışma (Johnson ve Mathews, 1997; Clow ve Vorhies, 1993) nedeniyle beklentinin hizmet

alımından önce ve sonra ölçümü durumunda oluşacak farklılığa ilişkin kesin bir yargıya varmak mümkün olamamaktadır.

Bu açıdan, bu çalışmanın temel amacı SERVQUAL'da beklentilerin ölçümünü belirli bir düzeyde sorgulamaktır. Dolayısıyla, çalışmada beklenti, hizmet sunumu öncesinde ve sonrasında ölçülerek, iki beklenti arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı araştırılmıştır. Böylelikle, deneyimi olan ve olmayan tüketiciler arasındaki farklılığın ortaya konması amaçlanmıştır.

Araştırma üniversite öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Öğrencilerin üniversiteden beklentileri üniversiteye yeni başladıkları ilk yılda ve dördüncü sınıfta ölçülerek aradaki fark incelenmiştir.

Bu doğrultuda, aşağıda önce SERVQUAL ve modele yönelik eleştiriler deneyimin beklenti üzerindeki etkileri kavramsal çerçevede tartışılmaktadır. Daha sonra, araştırma tasarımına, analiz ve bulgulara yer verilmektedir. Çalışmanın bulguları sonuç bölümünde tartışılmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Hizmet Kalitesinin Ölçümü: SERVQUAL Ölçeği

Hizmet kalitesi, beklenen hizmet ve algılanan hizmet performansının karşılaştırılması olarak tanımlanmaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Bu durumda, hizmet kalitesinin tüketicinin beklentilerinin karşılanması veya aşılması üzerine kurulu olduğu sonucuna varılabilir (Johnson ve Mathews, 1997). Tanıma göre, hizmet kalitesi, tüketiciler tarafından değerlendirilmektedir. Bu nedenle, literatürde "hizmet kalitesi" kavramı yerine genellikle "algılanan hizmet kalitesi" kavramı kullanılmaktadır (Uyguç, 1998:27). Tüketici kendisine sunulan hizmet ile beklediği hizmeti karşılaştırmakta ve karşılaştırma sonucunda aradaki farka göre hizmet kalitesi değerlendirmesi oluşmaktadır. Buna göre, beklenen hizmet, algılanan hizmetten büyükse yani aradaki fark negatif ise, algılanan kalite tatmin edici değildir. Eğer beklenen hizmet ve algılanan hizmet eşitse, kalite tatmin edicidir ve kabul edilebilir düzeydedir. Beklenen hizmet, algılanan hizmetten düşükse, yani aradaki fark pozitif ise, algılanan kalite yüksektir (Okumuş ve Duygun, 2008).

Tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri malda olduğu gibi sadece çıktı ile değil hizmetin sunumu ile de ilişkilendirildiğinden (Yılmaz vd., 2007) hizmet kalitesi farklı boyutlarda tanımlanmaktadır. Örneğin, hizmetin ne sağladığına

ilişkin değerlendirmeler çıktı kalitesi (Parasuraman vd., 1985), teknik kalite (Grönroos, 1984) veya fiziki kalite (Lehtinen ve Lehtinen, 1982) olarak adlandırılmaktadır. Öte yandan, hizmetin nasıl sunulduğu süreç kalitesi (Parasuraman vd., 1985), fonksiyonel kalite (Grönroos, 1984) veya etkileşimsel kalite (Lehtinen ve Lehtinen, 1982) olarak ifade edilmektedir.

Kalitenin tüketicilerin beklentileri ve algıları arasındaki fark olarak tanımlanması ve farklı boyutlarda ele alınması üzerine geliştirilen önemli ölçüm modellerinden birisi Parasuraman vd. (1985) tarafından geliştirilen, SERVQUAL olarak adlandırılan hizmet kalitesi ölçөгüdür. SERVQUAL’da hizmet kalitesi beklenti ve algı arasındaki fark olarak ölçüldüğünden ölçek iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümü beklentiler oluştururken, ikinci bölümü algı oluşturmaktadır. SERVQUAL’ın geliştirildiği ilk çalışmada (Parasuraman vd., 1985) hizmet kalitesi 10 bileşene ayrılarak ölçülmüştür. Hizmet kalitesi boyutları olarak tanımlanan bu bileşenler; güvenilirlik, karşılık verebilmek, yeterlilik, ulaşılabilirlik, saygı, iletişim, inanılrlık, güvenlik, tüketiciyi anlamak ve fiziksel varlıklardır. Parasuraman vd.’nin (1985) önerdiği ilk ölçek, her bir hizmet kalitesi boyutu için ortalama on ifade olacak şekilde 97 ifadeden oluşmaktadır.

Sonraki dönemlerdeki çalışmalarda (Parasuraman vd., 1985; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1994; Parasuraman, Berry ve Zeithaml, 1990; Parasuraman, Berry ve Zeithaml, 1991) yapılan düzeltmelerle SERVQUAL son şeklini almıştır. Buna göre, ölçekte hizmet kalitesi 5 boyutta ölçülmektedir; güvenilirlik, karşılık verebilmek, güvence, empati ve fiziksel varlıklardır. SERVQUAL, bu beş hizmet kalitesi boyutuna ilişkin beklenti ve algıları ölçmek amacıyla 2 kısımda yer alan 22’şer ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci kısmında, belli bir hizmet sektörü için tüketicilerin “beklentilerini” ölçmeye yönelik ifadeler yer almakta, ikinci kısımda ise tüketicilerin, bu sektördeki belli bir işletmenin hizmetleri hakkındaki “algılarını” ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Ölçekteki tüm ifadeler olumludur. Algılanan hizmet kalitesi, beklenen hizmet ve algılanan hizmet arasındaki fark olduğundan, 7’li Likert tipi ölçüm üzerinden beklenti ifadeleri ve algı ifadelerine verilen puanların karşılıklı olarak farkının alınmasıyla, ölçekteki her ifade için SERVQUAL skorları hesaplanmaktadır (Parasuraman vd., 1990). Son olarak, ölçümde, hizmet kalitesi boyutlarının önem derecelerini belirlemek amacıyla 100 puanın, daha çok önem verilen boyuta daha çok puan vermek şartı ile kalite boyutları arasında paylaştırıldığı bir bölüm yer almaktadır.

SERVQUAL'ın işletmeler açısından çeşitli avantajları bulunmaktadır. Örneğin, işletmeler, kalite boyutları bazında elde edeceği SERVQUAL skorları sayesinde, hangi kalite boyutunun algılanan hizmet kalitesinin düşük, hangisinin yüksek olduğunu değerlendirebilmektedirler. Hizmet sunan firma, bu bilgiler doğrultusunda tüketicilerin kalite algılarının düşük olduğu boyutlara öncelik verip, bu boyutlar için bir kalite iyileştirme çabası geliştirebilmektedir. Ayrıca, tüketicilerin 100 puanı beş hizmet kalitesi boyutu arasında, boyutlara verdikleri önem derecelerine göre dağıtması, tüketiciler için hangi hizmet kalitesi boyutunun diğerlerinden daha önemli olduğunun anlaşılmasına olanak vermektedir. Bunların yanında, işletme kendi SERVQUAL skorunu rakip işletmelerin skorları ile karşılaştırabilmekte, kalite algısı farklı olan tüketicileri inceleyebilmekte ve iç müşterilerin kalite algılarını değerlendirebilmektedir (Parasuraman vd., 1990).

Literatürde, SERVQUAL eğitim (Carman, 1990; Arambewela ve Hall, 2006; Yılmaz vd., 2007; Okumuş ve Duygun, 2008; Arslantürk, 2010; Şahin, 2011), sağlık (Carman, 1990; Lee, 2006; Gülmez ve Kitapçı, 2008), bankacılık (Prabhakaran ve Satya, 2003; Filiz, 2009; Nadiri, Kandampully ve Hussain, 2009), restoran (Bojanik ve Rosen, 1994), seyahat acentesi (Johns, Avcı ve Karatepe; 2004; Ruiqi ve Adrian, 2009) gibi çok çeşitli sektörlerde ampirik olarak uygulanmaktadır.

## 2.2. SERVQUAL'a Yönelik Eleştiriler

SERVQUAL hizmet kalitesinin ölçümünde yaygın olarak kullanılıyor olmasına rağmen birçok araştırmacı tarafından eleştirilmektedir (Newman, 2001; Cronin and Taylor, 1992; Teas 1993; Teas, 1994; Avkiran 1999; Babakus ve Mangold, 1992; Brown, Churchill ve Peter, 1993; Babakus ve Boller, 1992; Buttle, 1996). Bu eleştiriler, teorik ve uygulamaya yönelik olmak üzere iki kategoride incelenebilmektedir (Buttle, 1996).

Ölçeğin uygulanmasına yönelik eleştirilere ilişkin bir çalışmada (Carman, 1990), SERVQUAL farklı hizmet sektörlerine uygulanarak, ölçümlerin bütün hizmet sektörlerini kapsayacak kadar genel olmadığı sonucuna varılmıştır. Aynı çalışmada (Carman, 1990), SERVQUAL'a yönelik diğer bir eleştiri iki bölümün uygulanış zamanına ilişkindir. Hizmet alımından hemen önce beklenti anketinin, hemen sonrasında da algı anketinin uygulanmasının zorluğu nedeniyle iki bölümün tek bir soruda sorulması önerilmiştir.

SERVQUAL'a yönelik eleştirel diğer bir çalışmada (Babakus ve Boller, 1992), ölçeğin boyutlarının hizmetten hizmete değişmesi gerektiği, soruların pozitif ve

negatif olmak üzere karışık bir şekilde sorulmasının faktör analizi sonucunu olumsuz etkilediği ve hizmet kalitesinin beklenti ile algı arasındaki fark olarak tanımlanmasının teorik olarak uygun olmasına rağmen uygulamada sorun yarattığı tespit edilmiştir. Ayrıca, fark skoruna asıl katkıyı algı bileşeninin yaptığı, beklenti skorunun her birey için yüksek şekilde belirlendiği savunulmaktadır.

Diğer bir çalışmada da (Cronin ve Taylor, 1992), ölçek pek çok açıdan eleştirilmiştir. Öncelikle, ölçeğin hem beklentileri hem de algıları ölçme özelliği kritik edilmiştir. Ayrıca, hizmet kalitesini ölçmede, beklenti ile algı farkının temel olarak alınmasının çok az sayıda teorik veya ampirik çalışma ile desteklendiği ortaya konulmuştur. Bunlara dayanarak Cronin ve Taylor (1992), performansa dayalı bir ölçüm modelinin daha üstün olduğunu savunarak SERVPERF (service performance) modelini geliştirmişlerdir. Bununla birlikte, hizmet kalitesinin etkinliği, müşteri tatmini ve satın alma amaçları konusunda çok az araştırma olduğunu belirtilerek bu üçü arasındaki nedensel ilişkilerin varlığı sorgulanmış ve hizmet kalitesinin tüketicilerin satın alma niyetini etkilemede yetersiz olduğu belirtilmiştir. Bunların yanında, ölçeğin “beklenti-onaylamama modelini” temel almış olması eleştirilerek hizmet kalitesinin tutum modelini temel almasının daha doğru olduğu savunulmuştur.

Diğer bir eleştirel çalışmada da (Teas, 1993), beklenti-algı farkına odaklanılarak elde edilen fark değerlerinin aynı anlama gelmeyebileceği belirtilmiştir. Örneğin, algının 1 ve beklentinin 2 olduğu durum ile algının 6 ve beklentinin 7 olduğu durum aynı sonuçları vermektedir fakat anlamları aynı değildir.

Brown vd. (1993) ise, hizmet kalitesinin ölçümünde hesaplanan fark skorunun, beklenti ve algılar arasındaki korelasyonun pozitif olması durumunda etkileneceğini ve yanıltıcı olabileceğini ileri sürmüşlerdir.

Clow ve Vorhies (1993), beklenti ve algı değerlendirmeleri sırasıyla ölçüldüğünde, cevaplayıcıların beklentilerini düşündüklerinden daha yüksek olarak yansıtacaklarını belirtmektedirler. Bu yüzden beklentilerin hizmet alımından önce ölçülmesi gerektiğini yoksa cevapların yanıltıcı olacağını vurgulamaktadırlar. Ayrıca, negatif deneyimleri olan tüketicilerin beklentilerini abarttıklarını, bu yüzden boşluğu arttırdıklarını, pozitif deneyimleri olan tüketicilerin ise beklentilerini olduğundan az göstererek boşluğu küçülttüklerini savunmaktadırlar.

Parasuraman vd. (1994) çalışmalarında, ölçeğe yöneltilen teorik eleştirilerden tutum modelinin temel alınması gerektiği ve tatmin-kalite ilişkisinin zayıflığına yönelik teorik eleştirilere karşı SERVQUAL'ı savunmuşlardır. Ayrıca, çalışmada

uygulamaya yönelik eleştirilerden boyutların farklı hizmetler için farklılaşığına ilişkin eleştirilere cevap verilmiştir. Bunların yanında, SERVPERF ölçümünün üstünlüğüne yönelik olan eleştirilere karşı SERVQUAL ve SERVPERF'in benzer sonuçlar verdiği ortaya konmuştur. Beklenti ve algı arasındaki matematiksel farka yönelik eleştirisine karşılık da ölçüm modeli savunulmuştur. Ancak, beklentinin ölçüm zamanı ve beklenti ve algının eşzamanlı ölçümü, sadece algının ölçülmesi gerektiği gibi konulardaki eleştiriler için gelecek çalışmaların faydalı olabileceğini belirtilmektedir.

Sonraki yıllarda, SERVQUAL'a yönelik eleştirileri değerlendiren çalışmalara da rastlanmaktadır (Seth, Deshmukh ve Vrat, 2005; Coulthard, 2004).

### **2.3. Beklentinin Hizmet Alımından Önce ve Sonra Ölçümü: Deneyimin Beklenti Üzerindeki Etkisi**

Beklentiler bir ürün hakkında performans değerlendirmesi yaparken standart veya referans noktası oluşturan ön düşünceler şeklinde tanımlanmaktadır (Bebko, 2000). Tüketici, beklentileri yardımıyla almış olduğu hizmetin kalitesini değerlendirmekte ve bir sonuca varmaktadır. Bu nedenle, beklenti, hizmet kalitesinin değerlendirilmesinde anahtar rol oynamaktadır (Clow vd., 1997; Cronin ve Taylor, 1992; Grönroos, 1984; Lehtinen ve Lehtinen, 1982; Parasuraman vd., 1985; Tse ve Wilton, 1988). Her ne kadar, Cronin ve Taylor (1992) beklenti değişkeninin ölçülmesinin gereksiz olduğunu savunsa da beklentinin ölçülmesi yöneticilere teşhis edebilme gücü vermektedir. Eğer bir işletme tüketicilerin beklenti seviyelerinin ne olduğunu belirlemezse, algılarıyla beklentilerinin neden eşleşmediğinin sebebini de tam olarak belirleyebilmesi de imkansız olmaktadır. Başka bir ifadeyle, beklenti düzeyi belirlenmediği takdirde yöneticiler, hizmet kalitesinin sağlanmadığı durumda hatanın nereden kaynaklandığını anlayamamaktadırlar. Bunun yanında, beklentiler alım öncesi aşamada tüketicilerin ürün/hizmetlerin marka veya tür seçimini etkilemekte, bir sonraki alım durumunda da hizmetin kalitesi değerlendirilirken standart görevi görmekte ve dolaylı olarak tekrar alım kararları üzerinde etkisi olmaktadır. Bu nedenle, ayrı bir anket olarak beklentilerin belirlenmesi gerekmektedir (Parasuraman vd., 1994).

Beklentiler yapı olarak dinamiktir (O'Neill, 2003) ve beklentilerin tüketicilerin ürünle ilgili yaşadıkları deneyimler sonrasında değişebileceği savunulmaktadır (Meyer, 1981; Cadotte, Woodruff ve Jenkins, 1987). Deneyim, bir ürün hakkında bilgi edinme, ürünü satın alma, kullanma, tamir ettirme ve atma sürecinde oluşan birikmiş algılar toplamıdır (Berry, Wall ve Carbone, 2006). Bu doğrultuda,

tüketicilerin hizmet deneyimleri arttıkça beklentileri yenilenmektedir (Tam, 2007). Örneğın, bilişsel uyumsuzluk teorisine göre tüketiciler, alım sonrası uyumsuzluğu azaltmak için beklentilerini değiştirmektedirler. Uyumsuzluk, bir kişinin verdiği bir karar sonrasında doğru kararı verip vermediği hususunda şüpheye düşmesi durumunda ortaya çıkmaktadır. Bilişsel uyumsuzluk teorisine göre, tüketiciler düşünceleri ve davranışları arasındaki tutarsızlığı azaltmaya çalışmaktadır. Buna uygun olarak, beklentiler pozitif deneyim yaşanılan durumda düşmekte, negatif deneyim yaşanılan durumda artmaktadır (O'Neill, 2003). O halde, tüketiciler kalite algularını güncelledikçe, beklenti düzeyleri artabilir (Boulding, Kalra ve Staelin, 1999). Bunların yanında, beklenti ve algı değerlendirmeleri birlikte ölçüldüğünde, cevaplayıcıların beklentilerini düşündüklerinden daha yüksek olarak yansıtacakları belirtilmektedir (Clow ve Vorhies, 1993).

Deneyimin beklenti üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada (Johnson ve Mathews, 1997), bir hizmeti sık kullananlar ve sık kullanmayanların beklenti düzeylerinde farklılık olduğu, sık kullananların beklenti düzeyinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir çalışmada (Clow, Kurtz ve Ozment, 1998), hizmet kalitesinin değerlendirilmesi için tüketici beklenti düzeyinin hizmet alımından önce, hizmetle ilgili değerlendirmelerin ise, hizmet alımından sonra ölçülmesinin en uygun yöntem olduğu tespit edilmiştir.

O halde, tüketicilerin hizmetle ilgili beklentileri üzerinde hizmet işletmesiyle geçmiş deneyimlerin önemli etkisi bulunduğu ve deneyimle birlikte hizmete yönelik beklenti düzeyinin değiştiği sonucuna varılabilir. Bu doğrultuda, hizmet kalitesinin hizmet alımından önce ve sonra ölçülmesi durumunda beklenti düzeyinin farklılaşması beklenebilir. Bu çerçevede, aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H1:** Hizmetle ilgili daha önce deneyimi olanlarla, deneyimi olmayanların beklentileri farklıdır ve hizmet deneyimi olanların beklenti düzeyleri daha yüksektir.



## 3. Metodoloji

### 3.1. Soru Kağıdının Hazırlanması

Çalışmada iki bölümden oluşan bir soru kağıdı kullanılmıştır. Soru kağıdının ilk bölümü hizmete yönelik beklentilerin ölçümü amacıyla düzenlenmiştir. Bu amaçla, yükseköğrenim sektöründe SERVQUAL'ın uygulandığı Okumuş ve Duygun'un (2008) çalışmasında önerilen, 25 ifadeden oluşan 7'li Likert tipi ölçekten yararlanılmıştır (1: kesinlikle katılmıyorum, 7: kesinlikle katılıyorum). Soru kağıdının ikinci bölümünde öğrencilerin demografik özelliklerinin belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır.

### 3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın ana kütesini, Hacettepe Üniversitesi'nde okuyan İşletme, İktisat ve Uluslararası İlişkiler bölümleri öğrencileri oluşturmaktadır. Hizmetle ilgili deneyimi olmayan grubu temsil etmesi bakımından öğrencilere okula ilk girdiklerinde anket uygulanmıştır (t0 dönemi). Hizmetle ilgili deneyimi olan grubu temsil etmesi bakımından öğrencilere dördüncü sınıfta tekrar anket uygulanmıştır (t1 dönemi). Mümkün olduğunca aynı öğrencilere ulaşılmaya çalışılmıştır. t0 döneminde 155, t1 döneminde 122 soru kağıdına ulaşılmıştır. İlk araştırmaya dahil olan öğrencilerin %45'i kadın, %55'i erkektir. İkinci araştırmaya dahil olan öğrencilerin %52,5'i kadın, %47,5'i ise erkektir.

## 4. Analiz ve Bulgular

### 4.1. Ön Analizler

Hipotez testinden önce verinin bağımsızlık, tesadüflik ve normallik testleri yapılmalıdır (Kavak, 2008: 252-255). Öncelikle, cevaplayıcıların 7'li Likert tipinde sunulan cevap seçeneklerini birbirinden ayırt edemediklerini test etmek amacıyla Ki-kare analizi yapılmış ve cevap seçeneklerini ayırabildikleri görülmüştür (tüm ifadeler için  $p=0.000$ ). Verinin tesadüfi dağılıp dağılmadığının belirlenmesi amacıyla Runs testi uygulanmıştır; üç ifadenin tesadüfi dağılmadığı tespit edilmiş ve o ifadeler sonraki analizlere dahil edilmemiştir. Son olarak, normal dağılımı test etmek amacıyla Kolmogorov Smirnov testi yapılmış ve verinin normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir (tüm değişkenler için  $p<0.05$ ). Gerekli düzeltme işlemleri sonucunda da normallik varsayımı karşılanmadığından hipotez testinde parametrik olmayan analizler kullanılmıştır.

Son olarak, kullanılan ölçeğin güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach alfa katsayısı t0 dönemindeki beklentiler için 0,924, t1 dönemindeki beklentiler için 0,892 olarak bulunmuştur. Bu değerler ölçeğin yüksek oranda güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunally, 1978).

#### **4.1. Hipotezin Testine Yönelik Analiz ve Bulgular**

Öğrencilerin t0 döneminde eğitim hizmetlerinden beklentilerinin genel ortalaması t1 dönemindeki öğrencilerin ortalamasından ( $\mu_{t0} = 6,41$ ;  $\mu_{t1} = 6,64$ ) daha düşüktür. Bu da hizmet sunumundan sonra öğrencilerin hizmetle ilgili beklentilerini arttırdıklarını göstermektedir. Her iki grupta hizmetten beklentilere ilişkin değerlendirmelerin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Mann Whitney U testi yapılmıştır. SERVQUAL skoru ifade bazında, boyut bazında ve genel hizmet kalitesi bazında hesaplanabilmektedir. Bu çalışmada daha detaylı sonuçlara ulaşabilmek amacıyla ifade bazında analiz yapılmıştır. Tablo 1’de farklı zamanlarda ölçülen beklenti değişkenlerinin farklarına ilişkin Mann Whitney U Testi sonuçları sunulmaktadır.

**Tablo 1:** Öğrencilerin Farklı Zamanlarda Ölçülen Beklenti Değişkenlerinin Farklarına İlişkin Mann Whitney U Testi

<i>Değişkenler</i>	<i>t0 dönemindeki beklentilerin ortalaması</i>	<i>t1 dönemindeki beklentilerin ortalaması</i>	<i>Fark</i>	<i>p</i>
Modern görünüşlü ders araç ve gereçleri	6,438	9,783	-0,345	<b>0,027*</b>
Üniversitenin iç ve dış görünüşü	6,012	6,366	-0,354	0.203
Çalışanların görünüşü	5,645	5,691	-0.046	0.525
Kullanılan araç ve gereçlerin eğitim kurumuna yakışması	6,292	6,558	-0,266	0.080
Üniversitenin verdiği sözleri zamanında yerine getirmesi	6,825	6,908	-0.083	0.623
Üniversitenin öğrencilerin problemlerini değerlendirmesi ve çözmesi	6,539	6,899	-0,36	<b>0,006*</b>
Sunulan hizmetler karşılığında üniversitenin uygun fiyat politikasına sahip olması	5,246	5,966	-0,72	<b>0,008*</b>
Öğrencilerle ilgili tüm belgelerin hatasız tutulması	6,720	6,947	-0,227	0,056
Çalışanların, öğrencilere üniversitedeki uygulamalar ve olanaklar hakkında bilgi vermesi	6,625	6,700	-0,075	0,742
Çalışanların, öğrencilere eğitim-öğretim hizmetlerini en kısa zamanda sunması	6,580	6,666	-0,086	0,903
Çalışanların, öğrencilere yardım etme istekliliği	6,496	6,591	-0,095	0,936
Çalışanların, öğrencilerin isteklerine kısa sürede cevap verebilmesi	6,051	6,458	-0,407	0,058
Öğrencilerin, çalışanlara güven duyması	6,694	6,825	-0,131	0,459
Öğrenci-çalışan iletişimin açıklığı ve dürüstlüğü	6,679	6,850	-0,171	0,135
Öğrencinin kendisini güvende hissetmesi	6,664	6,816	-0,152	0,946
Çalışanların, öğrencilerin sorunlarına cevap verebilecek yeterli bilgi ve deneyime sahip olması	6,716	6,882	-0,166	0,194
Çalışanların, öğrencilerine ihtiyaç durumunda daha fazla ilgi göstermesi	6,235	6,583	-0,348	0,135
Öğrencilerine ilgi gösteren çalışanlar	6,411	6,700	-0,289	0,269
Öğrencilerin isteklerinin bilinmesi	5,861	6,433	-0,572	<b>0,017*</b>
Öğrencilerin, sosyal, kültürel, sportif ve bunun gibi özel ihtiyaçlarının anlaşılması	6,542	6,700	-0,158	0,202
Çalışma saatlerinin tüm ihtiyaçlara cevap verebilmesi	6,660	6,625	0,035	0,375
Çalışanların, öğrencilerin üniversiteden beklentileri hakkında bilgi sahibi olması	6,451	6,716	-0,265	<b>0,021*</b>
Çalışanların bilgi ve becerilerinin yeterliliği	6,666	6,848	-0,182	0,196
Eğitim-öğretimde kullanılacak araç, gereç ve ekipmanların yeterliliği	6,745	6,866	-0,121	0,318
Öğrencilere sunulan ulaştırma olanaklarının yeterliliği	6,692	6,850	-0,158	0,325

\*: p&lt;0.05

Tablo 1'den görüldüğü üzere, hizmet kalitesine ilişkin 5 değişken için öğrencilerin t0 döneminde ve t1 dönemindeki beklentileri istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklıdır. Bu değişkenler,

- “Modern görünüşlü ders araç ve gereçlerine sahip olma”  
( $\mu_{t0} = 6,438$ ;  $\mu_{t1} = 6,783$ ;  $p < 0,05$ ).
- “Üniversitenin öğrencilerin problemlerini değerlendirmesi ve çözmesi” özelliği ( $\mu_{t0} = 6,539$ ;  $\mu_{t1} = 6,899$ ;  $p < 0,05$ ).
- “Sunulan hizmetler karşılığında üniversitenin uygun fiyat politikasına sahip olması” ( $\mu_{t0} = 5,246$ ;  $\mu_{t1} = 5,966$ ;  $p < 0,05$ ).
- “Öğrencilerin isteklerinin bilinmesi” ( $\mu_{t0} = 5,861$ ;  $\mu_{t1} = 6,433$ ;  $p < 0,05$ ).
- Çalışanların, öğrencilerin üniversiteden beklentileri hakkında bilgi sahibi olması ” ( $\mu_{t0} = 6,451$ ;  $\mu_{t1} = 6,716$ ;  $p < 0,05$ ).

Görüldüğü üzere, öğrencilerin t0 döneminde ve t1 dönemindeki beklentilerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklı olduğu değişkenler için t0 dönemindeki beklentiler t1 dönemindeki beklentilerden daha düşüktür. Bu bulgular doğrultusunda, çalışmanın H1 hipotezi kısmen desteklenmiştir.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Bu çalışma literatürde en çok kabul gören hizmet kalitesi ölçüm yöntemlerinden SERVQUAL'ı beklentilerin hizmet alımından sonra ölçülmesine yönelik olarak kritik etmeyi amaçlamıştır. Bu çerçevede, çalışmada öğrencilerinin üniversiteye girdiklerinde sahip oldukları beklentileri ile son dönemlerinde deneyim sonrası sahip oldukları beklentileri arasındaki fark araştırılmıştır. Çalışma sonucunda deneyimin etkisi olmadan ve deneyim sonrası oluşan beklenti düzeylerinin belli hizmet kalitesi değişkenleri açısından farklılaştığı tespit edilmiştir. Buna göre, modern görünüşlü ders araç ve gereçlerine sahip olma, üniversitenin öğrencilerin problemlerini değerlendirmesi ve çözmesi, sunulan hizmetler karşılığında üniversitenin uygun fiyat politikasına sahip olması, öğrencilerin isteklerinin bilinmesi ve çalışanların, öğrencilerin üniversiteden beklentileri hakkında bilgi sahibi olması özellikleri açısından deneyim sonrası beklentiler deneyim öncesi beklentilerden daha yüksektir. Bu sonuçlar, deneyimle birlikte beklentinin arttığı yönündeki varsayımları desteklemektedir (örneğin, Johnson ve Mathews, 1997).

Öğrencilerin modern görünümlü araç ve gereçlere sahip olmaya ilişkin beklentileri deneyim sonrası artmasının bir takım sebepleri bulunmaktadır. İlerleyen yıllarda eğitim seviyesi ağırlaştıkça ve öğrencilerin somut ihtiyaçları arttıkça ve diğer yükseköğretim veren okullardaki araç gereç seviyesini öğrenmeleri ve kendilerinininkiyle karşılaştırma imkanları arttıkça bu konuyla ilgili daha talepkar olmaları gerektiğini düşünerek beklentilerini arttırmış olabilirler.

Benzer şekilde, “üniversitenin, öğrencilerin problemlerini değerlendirmesi ve çözmesi” konusunda deneyim sonrası beklenti artmıştır. Birinci sınıfta, üniversitenin öğrencilerin problemlerini çözmesi gibi bir talep, henüz fazlaca bir problem yaşamamış öğrenciler için soyut bir temennidir. İlerleyen senelerde ise üniversitenin kendilerine sağladıklarının yanı sıra olumsuzlukların da farkına varılması ve bu olumsuzlukların somut olarak yaşanması öğrenci beklentilerinin artmasına sebep olmaktadır. Öğrenciler, bu problemlerin değerlendirmesini üniversite yönetiminden talep ederek, çözüm yolları getirmesini bekleyebilirler.

Bir diğer değişken olan “sunulan hizmetler karşılığında üniversitenin uygun fiyat politikasına sahip olması” konusunda da öğrencilerin üniversiteye ilk girdikleri dönemdeki beklentileri son sınıf olduklarında yükselmiştir. Birinci sınıf öğrencileri maddi anlamda ailelerinden destek görmeye alışkın oldukları için üniversitedeki fiyat düzeylerine çok fazla aldırış etmemektedirler. İlerleyen yaşlarda ise öğrencilerin harcamalarının artması, maddi endişelerinin oluşmaya başlaması gibi durumlar üniversitede uygulanan ücretler konusunda daha hassas düşünmelerini ve davranmalarını sağlamaktadır. Bu nedenle öğrencilerin bu konudaki beklentilerinde artış oluşması olasıdır.

“Öğrencilerin isteklerinin bilinmesi” ve “çalışanların, öğrencilerin üniversiteden beklentileri hakkında bilgi sahibi olması” özellikler açısından da benzer şekilde deneyim sonrası beklentilerin arttığı tespit edilmiştir. Bu durumun öğrencilerin öğrencilik yıllarının ilerleyen dönemleri içinde giderek artan istek ve ihtiyaçlarını aktaracak doğru mercilere ulaşip derdini anlatamamaktan ve çözüme ulaştıramamaktan kaynaklanması muhtemeldir. Bu nedenle çalışanların isteklerini bilmelerine dair beklentileri artmıştır.

Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, hizmet deneyimi öncesi ve sonrası beklenti düzeylerinin özellikle hizmet kalitesinin karşılık verebilme ve fiziksel varlıklar boyutları açısından farklılaştığı görülmektedir. Diğer hizmet kalitesi boyutları açısından deneyim öncesi ve sonrası beklenti düzeylerinde anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Dolayısıyla, deneyimin hizmetin sunumu sürecine ilişkin hizmet bileşenleri için beklentilere arttırdığı söylenebilir. Bu durumda, hizmet

kalitesi ölçüm yöntemlerinde beklentilerin hizmet öncesinde ölçülmesinin daha doğru sonuçlar vereceğini söylemek mümkündür. Böylece deneyimin etkisi ölçüme katılmış olacak ve hizmeti daha önce kullanmamış ve kullanmış tüketicilerin aynı anda değerlendirilmesi sorunu ortadan kalkmış olacaktır.

Öte yandan, bu çalışmada ele alınan yükseköğrenim hizmeti pek çok açıdan diğer hizmetlerden farklıdır. Örneğin, geçiş maliyetleri yüksektir. Öğrencinin bir üniversiteye yerleştikten sonra tatmin olmaması durumunda bir başka üniversiteye geçmesi zaman, çaba ve parasal açıdan maliyetlidir. Ayrıca, öğrenciler aldıkları puanlara göre bir üniversiteye yerleştiklerinden seçenekleri sınırlıdır. Dolayısıyla, serbest seçim hakları olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu özelliklerinden ötürü bu çalışmanın farklı hizmetler üzerinde ve daha büyük örneklerle tekrarlanması faydalı olabilecektir.

Çalışmada iki uygulama arasındaki zaman aralığı, dışsal değişkenlerin kontrol edilmesini güçleştirecek derecede uzundur. Bu durum çalışmanın iç geçerliliğini olumsuz etkilemektedir (Karasar, 2005). Zira bu çalışma deneyim öncesi ve sonrası oluşan farklılığın nedenlerine odaklanmamıştır. Sonraki çalışmalarda farklılığın nedenleri üzerinde durulabilir.

## Kaynakça

- Asubonteng, P., McCleary, K. J. ve Swan, J. E. (1996). "SERVQUAL Revisited: A Critical Review of Service Quality", *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81.
- Rodney, A. ve Hall, J. (2006). "A Comparative Analysis of International Education Satisfaction Using SERVQUAL", *Journal of Services Research*, 6, 141-162
- Arslantürk, Y. (2010). "Yükseköğretim Düzeyinde Turist Rehberliği Eğitimi Veren Öğretim Kurumlarında Uygulanan Eğitime Yönelik Öğrenci Algulamaları", *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 63-78.
- Avkiran, N. K. (1999). "Quality Customer Service Demands Human Contact", *International Journal of Bank Marketing*, 17(2), 61-74.
- Babakus, E. ve Mangold W. G. (1992). "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services: An Empirical Investigation", *Health Services Research*, 26(6), 767-86.
- Babakus, E. ve Boller, G. W. (1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, 24, 253-68.
- Berry, L. L., Wall, E. A. ve Carbone, L. P. (2006): "Service Clues and Customer Assessment of the Service Experience: Lessons From Marketing", *The Academy of Management Perspectives*, 20(2), 43-57.
- Bojanic, D. C., ve Rosen , L. D. (1994). "Measuring Service Quality in Restaurants: An application of the SERVQUAL instrument", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 18 (1), 3-14.
- Boulding, W., A. Kalra ve R. Staelin (1999). "The Quality Double Whammy", *Marketing Science*, 18(4), 463-484.
- Brown, T. J., G. A. Churchill Jr. ve J. P. Peter (1993), "Improving the Measurement of Service Quality", *Journal of Retailing*, 69(1), 127-39.
- Buttle, F. (1996). "SERVQUAL: Review, Critique, Research Agenda", *European Journal of Marketing*, 30(1), 8-32.
- Cadotte, E., R., R. B. Woodruff ve R. L. Jenkins (1987). "Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, 24(3).
- Carman, J. M. (1990). "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Coulthard, L. ve J. Morrison (2004). "Measuring Service Quality: A Review and Critique of Research Using SERVQUAL", *International Journal of Market Research*, 46(4), 479-497.
- Clow, K. E., ve D. W. Vorhies (1993). "Building A Competitive Advantage For Service Firms", *Journal of Services Marketing*, 7(1), 22-3.

- Clow, K. E., D.L. Kurtz , J. Ozment, ve B.S. Ong (1997). "The Antecedents of Consumer Expectations of Services: An Emprical Study Across Four Industries", *The Journal of Services Marketing*, 11(4), 230-248.
- Clow, K. E., D. L. Kurtz, ve J. Ozment (1998). "A Longitudinal Study of the Stability of Consumer Expectations of Service", *Journal of Business Research*, 42, 63-73.
- Cronin Jr, J. J., ve S. A. Taylor (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- Filiz Z. (2009). "Hizmet Sektöründe Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi ile Ölçülmesi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama", *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 46/538
- Filiz Z. (2007). "Service Quality Of University Library: A Survey Amongst Students At Osmangazi University And Anadolu University", *İstanbul Üniversitesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi* , 5, 1-19
- Gülmez M. ve O. Kitapçı (2008). "Hastane Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama", *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* , 26(1), 165-186
- Grönroos, C. (1984). "A Service Quality Model and Its Marketing Implications", *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- İçöz, O. (2005). *Hizmet Pazarlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Johns, N., T. Avcı, ve O. M. Karatepe (2004). "Measuring Service Quality of Travel Agents: Evidence From Northern Cyprus." *The Service Industries Journal*, 24 (3), 82-100.
- Johnson C. ve B. P. Mathews (1997). "The Influence of Experience on Service Expectations, *International Journal of Service Industry Management*, 8 (4), 290-305.
- Kavak, B. (2008). *Pazarlama Araştırmaları: Tasarım ve Analiz*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Lee, J. (2006). "Measuring Service Quality in a Medical Setting in a Developing Country: the Applicability of SERVQUAL." *Services Marketing Quarterly*, 27 (2), 1-14.
- Lehtinen, U. ve J. R. Lehtinen (1982). "Service Quality: A Study of Quality Dimensions", Unpublished Working Paper, Helsinki: Service Management Institute
- Meyer, R. J. (1981). "A Model of Multiattribute Judgements under Attribute Uncertainty and Informational Constraint", *Journal of Marketing Research*, 18, 428-441.
- Newman K. (2001). "Interrogating SERVQUAL: a critical assessment of Service Quality Measurement in a High Street Retail Bank", *International Journal of Bank Marketing*, 19 (3), 126-139.
- Nadiri, H., J. Kandampully ve K. Hussain (2009). "Zone of Tolerance for Banks: a Diagnostic Model of Service Quality." *The Service Industries Journal*, 29 (11), 1547-1564.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.



- O'Neill, M. (2003). "The Influence of Time On Student Perceptions of Service Quality: The Need For Longitudinal Measures", *Journal of Educational Administration*, 41 (3), 310-324.
- Okumuş, A. ve A. Duygun (2008). "Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi İle Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 17-38.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml ve L. L. Berry (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml ve L. L. Berry (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40.
- Parasuraman, A., L. L. Berry ve V. A. Zeithaml (1990). "Guidelines for Conducting Service Quality Research", *Journal of Marketing Research*, 66 (2), 34-44.
- Parasuraman, A., L. L. Berry ve V. A. Zeithaml (1991). "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, 67 (4), 420-450.
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml ve L. L. Berry (1994). "Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research", *Journal of Marketing*, 58 (1), 111-124.
- Prabhakaran, S. ve S. Satya (2003). "An Insight into Service Attributes in Banking Sector." *Journal of Services research*, 3 (1), 157-169.
- Riadh L., (2009) "A review of twenty years of SERVQUAL Research", *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1 (2), 172 – 198.
- Ruiqi, Z. Ve P. Adrian (2009). "Using SERVQUAL to Measure the Service Quality of Travel Agents in Guangzhou, South China." *Journal of Services Research*, 9 (1), 87-107.
- Seth N., S.G. Deshmukh ve P. Vrat, (2005) "Service Quality Models: a Review", *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22 (9), 913 - 949
- Şahin G. G. (2011). "Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti ve Algısına Yönelik Ankara'da Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 49-65
- Tam, J. LM. (2007). "Managing Customer Expectations in Financial Services: Opportunities and Challenges", *Journal of Financial Services Marketing*, 11 (4), 281-289.
- Teas, R. K. (1993). "Expectations, Performance Evaluation and Consumer's Perception of Quality", *Journal of Marketing*, 57 (4), 18-34.
- Teas, R. K. (1994). "Expectations As A Comparison Standard İn Measuring Service Quality: An Assessment Of A Reassessment", *Journal of Marketing*, 57 (4).
- Tse, D. K., and P. C. Wilton (1988). "Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extension", *Journal of Marketing Research*, 25 (2), 204-212.

- Uyguç, N. (1998). *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, V., Filiz, Z. ve Yaprak, B. (2007). "SERVQUAL Yöntemiyle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 299-316.