

## Havayolu Yolcularının Beklenen ve Algılanan Hizmet Kalitesinin SERVQUAL İle Ölçülmesi: Türkiye-Rusya Karşılaştırması<sup>1</sup>

### Measuring Airline Passengers' Expected and Perceived Service Quality with SERVQUAL: Turkey-Russia Comparison

Firdavs FAİZOV<sup>2</sup>, Dursun BOZ<sup>3</sup>

#### Öz

**Amaç:** Bu araştırmanın amacı Türkiye (İstanbul Ground Airport-İGA) ve Rusya'da (Şeremetyevo Havaalanı- Moskova) havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL ile ölçülerek hizmet kalitesinin belirlenmesi ve karşılaştırılmasıdır.

**Tasarım/Yöntem:** Bu çalışmada tesadüfi olmayan yöntemlerden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 412 havayolu hizmeti alan yolcu ile anket uygulaması yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 23.0 programıyla analiz edilmiştir.

**Bulgular:** Elde edilen bulgularla Türk havayolu yolcularının Beklenen Kalite aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=3.92$ ) iken Algılanan Kalite ortalamasının ( $\bar{x}=3.81$ ) olduğu ve yolcuların havayolu ürün hizmeti algılamalarının düşük kalitede ( $\bar{x}=-0.10$ ) olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgularla Rus havayolu yolcularının ise Beklenen Kalite aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=4.31$ ) iken Algılanan Kalite ortalamasının ( $\bar{x}=3.98$ ) olduğu ve yolcuların havayolu ürün hizmeti algılamalarının düşük kalitede ( $\bar{x}=-0.32$ ) olduğu saptanmıştır.

**Sınırlılıklar:** Çalışma örneklemini İstanbul ve Moskova'da 412 yolcuyla yapılması, yolcuların anket ifadelerinin uzun ve sıkıcı bulmaları ile buldukları havaalanının zaman baskısından kaynaklı olumsuzluklar çalışmanın kısıtlarındadır.

**Özgünlük/Değer:** İlgili alanyazında havacılık sektöründe havayolu ürünü alan yolcuların beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin Türkiye ve Rusya karşılaştırmasının ilk kez yapıyor olması araştırmanın özgün değeri olarak değerlendirilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kalite, Hizmet kalitesi, Havayolu İşletmeleri

#### Abstract

**Purpose:** The purpose of this study is to determine and compare the expected and perceived service quality of airline passengers in Turkey (Istanbul Ground Airport- IGA) and Russia (Sheremetyevo Airport- Moscow) by measuring the expected and perceived service quality with SERVQUAL.

**Design/Methodology:** In this study, a survey was conducted with 412 airline passengers using convenience sampling method from non-random methods. The data obtained were analyzed with SPSS 23.0 program.

**Findings:** With the findings obtained, it was determined that Turkish airline passengers' Expected Quality arithmetic average was ( $\bar{x}=3.92$ ), while the Perceived Quality average was ( $\bar{x}=3.81$ ), and passengers' perceptions of airline product services were of low quality ( $\bar{x}=-0.10$ ). With the findings obtained, it was determined that the arithmetic mean of Expected Quality of Russian airline passengers was ( $\bar{x}=4.31$ ) while Perceived Quality was ( $\bar{x}=3.98$ ) and the passengers' perception of airline product service was low quality ( $\bar{x}=-0.32$ ).

**Limitations:** The limitations of the study include the fact that the study sample was conducted with 412 passengers in Istanbul and Moscow, the passengers found the survey statements long and boring, and the negativities caused by the time pressure of the airport they were in.

**Originality/Value:** The fact that the comparison of expected and perceived service quality of airline passengers in the aviation sector between Turkey and Russia is the first time in the related literature can be considered as the original value of the study.

**Keywords:** Quality, Service quality, Airline Companies

<sup>1</sup> Bu çalışma İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Firdavs FAİZOV tarafından aynı isimle başarıyla savunulan tezinden türetilmiştir.

<sup>2</sup> Bilim uzmanı, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Havacılık Yönetimi, firdavs055550@gmail.com, ORCID: 0009-0004-2918-8059

<sup>3</sup> Doç. Dr., Mudanya Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme, dursun.boz@mudanya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3206-8950

## 1. GİRİŞ

Havayolu taşımacılığı; ergonomik ve daha ulaşılabilir olması bakımından diğer taşımacılık sistemlerine göre önemli bazı avantajlar sağlamaktadır. Ulusal ve uluslararası birçok sektörde yaşanan yoğun rekabet, bilgi ve iletişim teknolojisindeki ilerlemeler, tüketici davranışlarındaki değişimler ve yeni rekabet gücü elde etme arayışları havayolu taşımacılığının önemini her geçen gün daha da artırmaktadır.

Havacılık sektöründeki gelişmeleri hizmet sektörünün içerisindeki gelişmelerin uzantısı olarak değerlendirmek daha olanaklıdır. Küreselleşmenin de etkisiyle havacılık sektöründe ciddi gelişmeler yaşanmaktadır. Havayolu taşımacılığının kısa süre içerisinde hem hızlı teknolojik gelişmeler hem de yapısal değişimler gösterdiği görülmektedir. Bu yönüyle havacılık sektöründeki gelişmelerden birisi de iş veya turizm amaçlı yapılan seyahatlerdeki artıştır (Ürgün ve Ük, 2022: 575). Bu artış sayesinde havayolu taşımacılığında faydalanan yolcuların profili de değişime uğramaktadır. Değişim gösteren yeni pazarın yapısı sektörden hizmet alan yolcularında hizmet kalitesine dönük beklentilerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu farklılaşmanın sonucunda yolcuların algıladığı hizmet kalitesiyle birlikte müşteri memnuniyeti de değişmektedir. Bu durum sektördeki havayolu işletmelerinin rekabet üstünlüğü elde etmesini ve sürdürülebilir olmasını zorlaştırmaktadır (Ekin ve Cesur, 2022: 1197; Ayyıldız ve Gürsoy, 2024: 1084).

Havayolu işletmelerinin hizmet sunumlarındaki başarı değerlendirilmesi yolcular tarafından yapılmaktadır. Bu durumda gerçekleştirilen hizmet sunumunun kalitesi hakkındaki nihai karar da yolculara ait olmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde havacılık sektöründe sunulan hizmetlerin başarılı olmasının en önemli ölçütü şüphesiz ki müşteri memnuniyetinin sağlanmasından geçmektedir (Ürgün ve Ük, 2022: 575).

Yoğun rekabetin yaşandığı havacılık sektöründe işletmelerin başarılı olmasında müşterilerinin değişebilen istek ve beklentilerini doğru anlamak ve karşılamak çok önemli hale gelmiştir. Sürekli gelişen ve değişen sektörde ayakta kalmanın önemli yollarından birisi de proaktif davranarak rekabet avantajı elde edebilmek ve bu durumu koruyabilmekten geçmektedir. Bu yüzden havayolu işletmelerince müşteri istek ve beklentileri, algıları ve kullanım alışkanlıklarının doğru tespit edilmesi gereklidir. Bu bağlamda araştırma Türk ve Rus havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL ile ölçülerek belirlenmesi ve karşılaştırılmasıdır. Bu karşılaştırma neticesinde hem Türk hem de Rus havayolu işletmesi ve yöneticilerine yönelik önerilerde bulunulacaktır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Çalışma kapsamında havayolu taşımacılığında hizmet kavramı ile havayolu hizmet kalitesi hakkında açıklamalara yer verilerek alanyazındaki çalışmalar incelenmiştir.

### 2.1. Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kavramı

Günümüzde havacılık sektörü rekabetin yoğun olarak yaşanmaya devam ettiği sektörlerden biri haline gelmiştir (Ayyıldız ve Gürsoy, 2024: 1084). Havayolu sektörü, ülkelerin ekonomi ve gelişmelerine önemli katkı sağlayan bir hizmet sektörüdür. Bu sektör, canlı ve cansızların bir yerden başka bir yere taşınmasını kapsamaktadır. Havayolu taşımacılığı yolculara güvenlik, hız, konfor ve zaman gibi avantaj sağlaması nedeniyle son yıllarda en çok tercih edilen ulaşım seçeneklerinden biri olmuştur. Teknolojinin ilerlemesi, talebin artması ve havayolu işletmelerinin sayısının artışı gibi faktörler havayolu taşımacılığının önemini daha da artırmıştır (Aktepe ve Şahbaz, 2010: 70). Havayolu taşımacılığında sunulan hizmetler, uçuş öncesi, uçuş sırası ve uçuş sonrası aşamaları kapsayarak gerçekleştirilen bir süreçtir. Bu süreç, sadece iki nokta arasında uçuş hizmetini değil, aynı zamanda farklı hizmetleri de kapsamaktadır (Dempsey, Gesell ve Crandall, 1997:170).

Havayolu taşımacılığında, yolcu ulaşımı hedeflenirken sunulan hizmet sadece uçak içinde değil, daha geniş bir yelpaze ve süreçlerini de kapsamaktadır. Hizmet kalitesi ve yolcu memnuniyetinin değerlendirilmesinde sürecin tamamının göz önünde bulundurulması gereklidir (Çırpın ve Kurt, 2016: 91). Havayolu yolcu taşınmasında süreçler uçuşa ait bilgilerin talep edilmesi ile başlayarak rezervasyon yapılması ve biletin alınmasıyla devam etmektedir. Günümüzde internetin yaygın olarak kullanımıyla birlikte müşteriler, alınan hizmetleri internet sitelerinden, seyahat

acentelerinden veya havayolu şirketinin ilgili birimlerinden edinebilmektedir (Okumuş ve Asil, 2007: 11). Uçuş tarih ve saatinde yolcunun havalimanına gelerek gerekli hizmetleri alarak uçağa binmektedir. Uçağa binme noktasına kadarki hizmetleri uçuş öncesi süreçler (rezervasyon, güvenlik kontrolü, bagaj işlemleri, kimlik kontrolü) olarak tanımlanabilmektedir. Yolculuğun tamamlanmasıyla uçaktan inene kadarki hizmetler uçuş sırasındaki süreçlerden (uçağa binme, kabin hizmetleri) oluşmaktadır. Uçaktan inip havaalanından ayrılana kadar olanlar ise uçuş sonrası (kimlik kontrolü, bagaj alımı, havaalanından ayrılma) hizmetleri oluşurmaktadır. Hizmetin kalitesi, bu üç süreci de kapsamaktadır (ırpın ve Kurt, 2016: 91-92).

Havayolu taşımacılığında sunumu yapılan hizmetin özelliği, rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmeleri hizmet kalitesinin sürdürebilirliği ve gelişimi ile marka imajının devamlı surette yükseltilmesini amallamalıdır. Bundan dolayı, hizmet sunumuyla ilgili önemli olan ve hassasiyet gösterilmesi gereken bu konular (Belobaba, 2009: 58) şöyle özetlenebilmektedir.

- Havayolu hizmeti talebe bağlı olarak herhangi bir değişim karşılığında depolanamaz.
- Havayolu hizmeti bireyseldir, her yolcu kendi bireysel deneyimlerine göre, hizmeti farklı şekillerde değerlendirebilir.
- Zayıf ve kalitesiz hizmetin telafisi zordur, hizmet kalitesi düşük olduğunda geri kazanma süreci zor olabilir.
- Hizmeti satın almadan önce hizmetin kalitesini deneyimleme imknı bulunmamaktadır.
- Hizmetin yolcuya ulaştırılmasına kadar belirsizlik içerebilir. Teknik arızalar veya hava koşulları nedeniyle hizmetin müşteriye zamanında sunulması mümkün olmayabilir.
- Hizmetler genellikle büyük gruplara sunulur ve daha sonra kk gruplara ayrılarak gerçekleştirilir.

## 2.2. Havayolu Hizmet Kalitesi

Kalite kavramı geniş bir içeriğe ve farklı tanımlamalara sahiptir. Genel olarak kalite, ihtiyaçlara, kullanıma, çevreye, fiyat ve standartlara, müşteri beklentilerine” olan uygunluk olarak tanımlanır. Kalite, somut ve soyut özelliklere sahip olmasına rağmen literatürde kalitenin tanımlanmasının zor olduğu vurgulanmaktadır. Kalitenin lmesi ve tanımlanması konusunda da ortak bir uzlaşı bulunmamaktadır (Halis, 2013: 19). Parasuraman vd., (1986) hizmet kalitesinin müşterilerin beklentileri ve algıları arasındaki fark olduğunu savunmaktadır. Bu konuda çalışmalar yaparak müşterilerin algıları ile beklentilerini ölçmeye yönelik SERVQUAL lği geliştirmişlerdir (Parasuraman vd., 1985, 1986, 1991).

Havayolu sektöründe, yoğun rekabetin olması sebebiyle işletmelerin hizmet kalitesi veya fiyat ile farklılaşabilme çabaları zorunlu hale gelmektedir. Havayolu şirketleri, yolcuları istedikleri noktalara taşırken, yksik kalite standartlarına uygun ve yolcuların beklentilerini karşılayan bir hizmet sunmayı amaçlamaktadır (Tiernan, Rhoades ve Waguespack, 2008: 214).

Havayolu taşımacılığındaki hizmet kalitesi, havayolu şirketinin krlılığını ve rekabet edebilme gücünü etkilediğinden dolayı havayolu hizmet kalitesi, havayolu sektörünün önemli bir konusudur (Saha ve Theingi 2009: 351). Bu yüzden, rekabetçi pazarda en iyi hizmetin sunulması havayolu sektöründe bir pazarlama ihtiyacıdır (Ostrowski vd., 1993: 17). Havayolu taşımacılığındaki hizmet kalitesi yolcu talepleri ve havacılık sektöründe standardize edilmiş kalite standartları birleştirilerek sağlanmalıdır (Okumuş ve Asil, 2007: 17).

Havayolu sektöründe hizmet kalitesi, havayolu çalışanlarıyla yolcular arasındaki etkileşim sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu etkileşim; çalışanların havayolu şirketinin imajını yükseltmek amacıyla sundukları hizmetlerle müşterilerin hizmeti nasıl algıladıkları arasındaki ilişkiden doğmaktadır (Gursoy vd., 2005: 59). Havayolu şirketleri, benzer taşımacılık hizmetini sunduğundan müşteri bulmak amacıyla rakiplerine göre daha iyi bir hizmet sunmaları gereklidir. Yolcular aldıkları hizmet süreçlerini kendi beklentileriyle karşılaştırarak havayolu kalitesini değerlendirmektedirler (allı ve allı, 2023: 666).

Havayolu işletmelerinin, rekabetçi bir pazarda ayakta kalabilmesi yksik kalitede hizmet sunumlarıyla mümkündür. Hizmet kalitesi, yolcuların şirketin organizasyonu ve hizmetlerini ne kadar

etkili bulduklarıyla ilişkilendirilebilir. Havayolu hizmeti kalitesini, sadece şirketin hizmet verimliliği değil tedarikçiler tarafından sunulan hizmetin verimliliğiyle de değerlendirilebilir (Park vd., 2004). Havayolu yolcuları, havayolu hizmet kalitesini en iyi şekilde değerlendirebilen grubu oluşturmaktadır (Ricardianto vd., 2023: 308). Havayolu işletmeleri yolcuların algıladığı hizmet kalitesinin artırılmasında yer hizmetleri, biniş, varış, kayıp bagaj ve bagaj taşıma gibi çeşitli faaliyetleri önemsemelidirler (Koech vd., 2023: 4).

Havayolları işletmeleri, güvenlik, bilet fiyatı, bagaj süreci, uçuş zamanları, konfor, ikramın kalitesi, check-in işlemleri ve uçuş hizmetleri gibi faktörlerde yolcular için önemli olan hizmet kalitesini etkileyen faktörlere odaklanmalıdır (Elliott ve Roach, 1993). Ayrıca, havayolu işletmelerinin farklılaşmasında ve tercih edilmesinde bilet fiyatları, genel konfor, uçuş tarifesi, hizmete kolay erişim ve imaj gibi unsurların dikkate alınarak belirli bir kalite düzeyinde hizmet sunulması gerekmektedir.

Müşterinin algıladığı hizmet kalitesini, satın alma deneyimiyle ilgili değer yargıları da etkilemektedir. Bu etkileşim sürecinde, işletme çalışanların rolü çok önemlidir. Müşterinin hizmet kalitesi algılamasında işletme çalışanlarının davranışlarının önemli etkisi bulunmaktadır (Avcı ve Sayılır, 2006: 123). Parasuraman vd., (1991) hizmet kalitesini ölçmekte 10 faktör (heveslilik, güvenilirlik, yeterlilik, erişilebilirlik, nezaket, iletişim, inanılrlık, güvenlik, fiziki görünüm ve müşterinin anlaşılması) kullanmıştır.

Hizmetlerin soyut bir yapıya sahip olması nedeniyle hizmet kalitesinin de soyut kavram olduğu bilinen bir gerçekliktir. Bu nedenle alanyazında genellikle “algılanan hizmet kalitesi” terimi sıklıkla kullanılmaktadır (Akbaba ve Kılınç, 2001: 163). Beklentiler, tüketicilerin bir işlem ya da takas sırasında neler olacağına ilişkin tahmini olarak tanımlanırken, hizmet kalitesi tüketicilerin arzu ettikleri veya istekleri olarak kabul edilmektedir. Algılanan hizmet kalitesi ise müşteriyi memnun etmesi için, verilen hizmetin müşterinin beklentileri yönünde olmasını gerektirmektedir (Parasuraman vd., 1986: 17). Parasuraman vd., (1986) SERVQUAL modeli, geliştirildiği tarihten bu yana çeşitli hizmet sektörlerinde değişik araştırmacılar tarafından (sağlık, eğitim, finans, sigortacılık vb.) hizmet kalitesi ölçümünde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Cunningham vd., 2002: 9). SERVQUAL modeline göre algılanan hizmet kalitesini etkileyen beş temel boyut vardır. Bu boyutlar, hizmet kalitesinin ölçümünde temel bir yapı oluşturur ve diğer hizmet işletmelerine uyarlanabilir. Bu boyutlar şöyle özetlenebilmektedir (Parasuraman vd., 1985; Ghobadian vd., 1994: 52);

- Fiziksel varlıklar: İşletmenin fiziksel ortamının görünümünü, ekipmanları ve çalışanların dış görünüşü gibi unsurları kapsamaktadır.
- Güvenilirlik: İşletmelerin sunmayı vaat ettiği hizmeti tam ve doğru şekilde yerine getirme yeteneğiyle tanımlanmaktadır.
- Heveslilik: İşletmenin müşteriye yardımda istekli olmayı ve hizmetin en kısa sürede sunulması anlamına gelmektedir.
- Güven (yeterlilik, saygı, inanılrlık): Çalışanların güvenilir, bilgili, kibar, müşteriye güven veren ve kendisini güvende hissetmesini sağlayan özelliklere sahip olmasıyla ilgilidir.
- Empati (ulaşılabilirlik, iletişim, müşteriyi anlama): İşletme çalışanlarının müşterinin yerine kendilerini koymasını bireysel ilgi ve özen göstermelerini ifade etmektedir.

SERVQUAL ile hizmet kalitesinin hem havacılık hem de diğer sektörlerde ölçümlendiği bazı çalışmalar şöyle özetlenebilir. Samosir vd. (2024) hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, fiziksel imkanlar ile fiyat üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi olduğunu ifade etmiştir. Ravishankar ve Christopher (2024) hizmet kalitesinin, tekrar satın alma niyeti üzerinde güçlü pozitif etkisi olduğunu ve müşteri memnuniyetine aracılık ettiğini ileri sürmüştür. Kassir (2024) kalite merkezli yolcu memnuniyetinin küresel havayolu ittifak markasının itibarı üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu iddia etmiştir. Aziz ve Aliman (2024) e-hizmet kalitesinin etkisinin e-memnuniyeti etkilediğini, ardından e-memnuniyetin marka imajını etkilediğini, ardından e-hizmet kalitesinin marka imajını etkilediğini ve e-hizmet kalitesinin etkisi olduğunu ifade etmiştir. Yomralıoğlu ve Çilingir Ük (2023) havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi göstergelerinin birbiriyle ilişkili olduğunu ve çalışanların yeterli mesleki bilgiye sahiplik konusunda stratejik gelişim ve eğitimlerin gerekli olduğunu vurgulamıştır. Bayram vd. (2023) hizmetin kalitesi, hizmet personelinin kalitesi ve ürün kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerinde doğrudan pozitif yönlü etkisi olduğunu ifade etmiştir.

### 3. ARAşTIRMADAKİ AMAÇ, KAPSAM VE HİPOTEZLER

Bu alışma Türkiye ve Rusya’da havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL ile lmlenerek hizmet kalitesinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla Parasuraman vd. (1986) tarafından geliştirilen SERVQUAL Hizmet kalitesi lği çalışmada kullanılmıştır. Bu lğin tercih edilmesinin sebebi birçok (Okumuş ve Asil, 2007; Tiernan vd., 2008; çırpın ve Kurt, 2016; Shah vd., 2020; Arpacı ve zen Kutaniş, 2022; Kayaalp, Filiz ve Duran, 2022; Yomralıoğlu ve ilingir k, 2023) hizmet kalitesi çalışmasında kullanılmasındandır. Havayolu sektörüne Yıldız ve Erdil (2013) tarafından uyarlanan ölçek 2 kısımdan oluşmakta olup ilk kısmı (BK) Beklenen Kaliteyle ilgili 22 ifadeden, ikinci kısım ise (AK) Algılanan kaliteyle ilgili 22 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek ifadeleri 5’li Likert tipinde ve 5 adet demografik bilgiler içeren ifadelerden oluşan anket 412 (206 Türk yolcuya Türkçe, 206 Rus yolcuya Rusça) yolcuya uygulanmıştır. Uzgören (2012)’e göre 1000000 kişilik evrenin %95 güvenilirlikte örneklem büyüklüğünün 384 olması evreni temsil edebileceğini ifade etmiştir. Bu bağlamda 412 yolcudan elde edilen verilerin evreni temsil ettiği kabul edilmiştir. Araştırma verilerinin analiz edilmesinde SPSS (23.0) programından faydalanılmıştır.

Çalışma kapsamında havayolu yolcularına gönüllülük temelinde 15 Mart – 01 Mayıs 2023 tarihleri arasında ulaşılmıştır. Çalışma rneklemine İstanbul ve Moskova’da 412 yolcuyla yapılması, yolcuların anket ifadelerinin uzun ve sıkıcı bulmaları ile buldukları havaalanının zaman baskısından kaynaklı olumsuzluklar çalışmanın kısıtlarındandır. Araştırmada kullanılan SERVQUAL lm modeli ‘Boşluklar Teorisi’ne (Parasuman vd., 1985) dayanmaktadır. Bu teoride hizmet kalitesinin lmlenip mevcut ve gerekli olan hizmet kalitesi düzeyleri arasındaki boşlukların doldurması amacıyla çeşitli stratejilerin geliştirilerek girdilerin sağlanması sağlanmaktadır. Değermen (2006) boşluk teorisinin 5 çeşidini şöyle tanımlamaktadır;

Boşluk 1- Müşteri Beklentileri ile Yönetimin Algılamaları arasındaki fark,

Boşluk 2 - Yönetimin Müşteri Beklentilerini Algılamaları ile Algıların Hizmet Kalitesi Dizaynına Aktarılması arasındaki fark,

Boşluk 3 - Algıların Hizmet Kalitesi Dizaynına Aktarılması (Tasarlanan Hizmet Kalitesinin zellikleri) ile sunulan hizmet arasındaki fark,

Boşluk 4- Sunulan Hizmet ile Müşteriler ve Dışsal İletişim arasındaki fark,

Boşluk 5 - Beklenen Hizmet ile Algılanan Hizmet arasındaki farktır (Değermen, 2006: 39-53).

Bu bağlamda araştırma; havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL hizmet kalitesi ile ikisinin arasındaki farklılığın tespit edilmesidir. Araştırmanın kavramsal modeli ve hipotezleri tabloda sunulmuştur.

**Tablo 1:** Araştırmanın modeli

(BK)Beklenen Kalite	>	(AK)Algılanan Kalite	=	Düşük Kalite
(BK)Beklenen Kalite	<	(AK)Algılanan Kalite	=	Yüksek Kalite
(BK)Beklenen Kalite	=	(AK)Algılanan Kalite	=	Doğru Kalite

Araştırmanın hipotezleri;

H<sub>1</sub>: Türk yolcuların Beklenen Kalite ile Algıladıkları Kalite arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır

H<sub>2</sub>: Rus yolcuların Beklenen Kalite ile Algıladıkları Kalite arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır

H<sub>3</sub>: Türk yolcular ile Rus yolcuların Beklenen Kalite algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır

H<sub>4</sub>: Türk yolcular ile Rus yolcuların Algıladıkları Kalite algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır



### 3.1.Araştırma bulguları

Çalışmada Türkiye ve Rusya'da havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL ile ölçülerek hizmet kalitesinin belirlenmesi ve karşılaştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla uçuş hizmeti alan 412 yolcuyla veri seti oluşturulmuştur. Elde edilen veri setiyle demografik özellikler, güvenilirlik analizi, frekans dağılımı, fark testi vb. ile yorumlanacaktır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Demografik Bilgileri

TR Cinsiyet	n	%	TR Medeni durum	n	%
Kadın	126	61,2	Evli	37	18,0
Erkek	80	38,8	Bekar	169	82,0
RUS Cinsiyet	n	%	RUS Medeni durum	n	%
Kadın	92	44,7	Evli	69	33,5
Erkek	114	55,3	Bekar	137	66,5
TR Gelir	n	%	TR Eğitim	n	%
0-8000	104	50,5	İlköğretim	4	1,9
8001-16000	40	19,4	Lise	89	43,2
16001-24000	13	6,3	Önlisans	17	8,3
24001-30000	14	6,8	Lisans	59	28,6
30001ve üstü	35	17,0	Lisansüstü/Doktora	37	18,0
RUS Gelir	n	%	RUS Eğitim	n	%
0-8000	39	18,9	İlköğretim	5	2,4
8001-16000	46	22,3	Önlisans	47	22,8
16001-24000	56	27,2	Lisans	91	44,2
24001-30000	33	16,0	Lisansüstü/Doktora	63	30,6
30001ve üstü	32	15,5	İlköğretim	5	2,4
TR Yaş	n	%	RUS Yaş	n	%
18-23	130	63,1	18-23	64	31,1
24-33	42	20,4	24-33	72	35,0
34-43	17	8,3	34-43	36	17,5
44-50	8	3,9	44-50	14	6,8
51-58	5	2,4	51-58	13	6,3
59 ve üstü	4	1,9	59 ve üstü	7	3,4

Havayolu taşımacılığı hizmeti alan Türk yolcuların çoğunluğu kadın (%61,2), bekar (%82,0), lise mezunu (%43,2), aylık gelirleri 0- 8000TL arasında (%50,5), yaşları 18-23 (%63,1) oldukları belirlenmiştir. Havayolu taşımacılığı hizmeti alan Rus yolcuların çoğunluğu erkek (%55,3), bekar (%66,5), lisans mezunu (%44,2), aylık gelirleri 16001-24000TL arasında (%27,2), yaşları 24-33 (%35,0) oldukları belirlenmiştir.

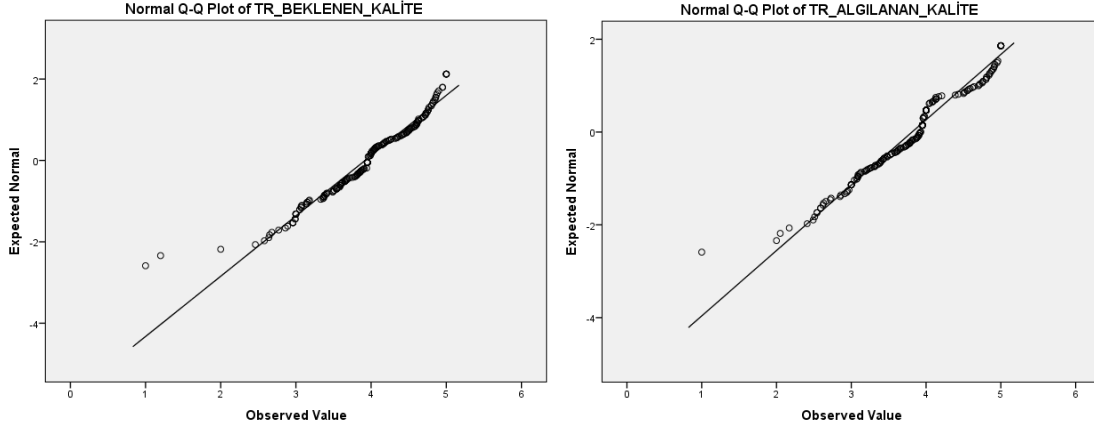
**Tablo 3:** Güvenilirlik analizleri

TR	(BK)Beklenen Kalite	(AK)Algılanan Kalite
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
	,949	,954
	22	22
RUS	(BK)Beklenen Kalite	(AK)Algılanan Kalite
	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha
	n	n

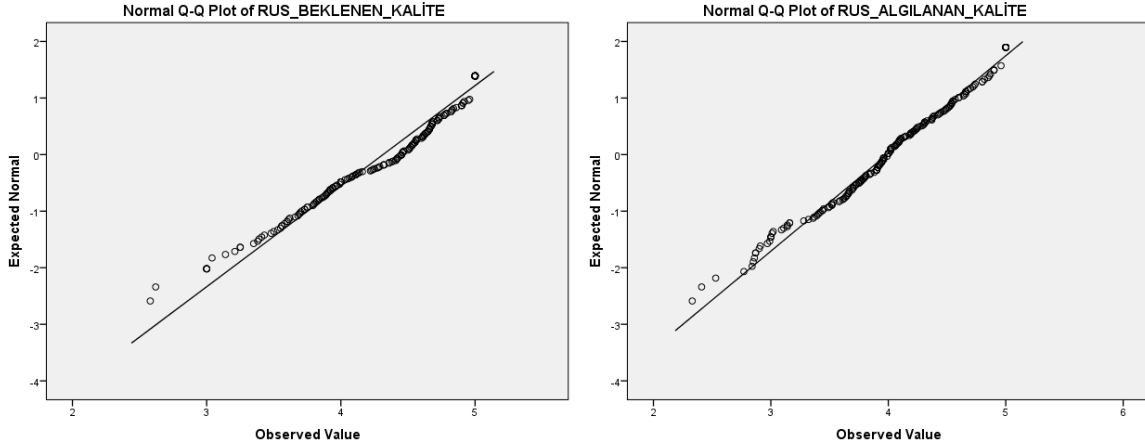
TR	(BK)Beklenen Kalite		(AK)Algılanan Kalite	
	Cronbach's Alpha	n	Cronbach's Alpha	n
	,952	22	,942	22

Tabloya gore; Cronbach's Alpha Değeri (Güvenilirlik katsayısı) Türk yolcular için değerinin (BK)Beklenen Kalite 0,949 (AK)Algılanan Kalite 0,954 sonucu ile, Rus yolcular için (BK)Beklenen Kalite 0,952 (AK)Algılanan Kalite 0,942 sonucu ile çok iyi (Büyüköztürk, 2007) olduğu saptanmıştır.

**şekil 1:** Dağılım Grafikleri TR-(BK)Beklenen Kalite-(AK)Algılanan Kalite



**şekil 2:** Dağılım Grafikleri RUS-(BK)Beklenen Kalite-(AK)Algılanan Kalite



şekil 1 ve şekil 2'de TR- RUS- (BK)Beklenen Kalite ile (AK)Algılanan Kalite verilerinin normal dağılım (-3 ile +3) gösterdiği (Kalaycı, 2010) belirlenmiştir.

**Tablo 4:** BK ile AK arasında Tek rneklem t Testi

	TR	N	Ort.	S.H.	p
	TR_BEKLENEN_KALİTE	206	3,9206	,67498	,000
	TR_ALGILANAN_KALİTE	206	3,8122	,70977	,000
	RUS	N	Ort.	S.H.	p
	RUS_BEKLENEN_KALİTE	206	4,3139	,56248	,000
	RUS_ALGILANAN_KALİT	206	3,9882	,57893	,000

Tabloya göre Türk yolcuların Beklenen Kalite ile Algılanan kalite arasında ( $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde) istatistiki olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Bu farklılığın yolcuların havayolu hizmetinden düşük hizmet kalitesi algılamalarıyla açıklanabilir.

Tabloya göre Rus yolcuların Beklenen Kalite ile Algılanan kalite arasında ( $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Bu durum yolcuların havayolu hizmetinden düşük hizmet kalitesi algılamalarıyla açıklanabilir.

**Tablo 5:** TR-RUS (BK)Beklenen ve (AK)Algılanan Kalite ile alt faktörleri SERVQUAL Skorları

Değişkenler	TR			RUS		
	N	Ort.	SERVQUAL	SERVQUAL	Ort.	N
BK_BEKLENEN_KALİTE	206	3,9206	-0,1084	-0,3258	4,3139	206
AK_ALGILANAN_KALİTE	206	3,8122			3,9882	206
BK_Fiziksel	206	3,8228	0,0085	-0,2488	4,3252	206
AK_Fiziksel	206	3,8313			4,0765	206
BK_Güvenilirlik	206	3,9942	-0,2117	-0,2971	4,2194	206
AK_Güvenilirlik	206	3,7825			3,9223	206
BK_Yanıt_Verebilirlik	206	3,8981	-0,1311	-0,3968	4,3010	206
AK_Yanıt_Verebilirlik	206	3,7670			3,9041	206
BK_Güvence	206	3,9988	-0,0922	-0,3046	4,4600	206
AK_Güvence	206	3,9066			4,1553	206
BK_Empati	206	3,8893	-0,1155	-0,3816	4,2641	206
AK_Empati	206	3,7738			3,8825	206

Tablo 5'e göre katılımcı Türk yolcuların (BK)Beklenen ve (AK)Algılanan Kalite hem de alt faktörlerinin SERVQUAL skorları (Beklenen kalite fiziksel hariç) beklentileri ve algılamalarının karşılamadığını gösterir niteliktedir. Diğer bir ifadeyle algılanan kalite SERVQUAL puanları, beklenen kalite ve alt faktörleri SERVQUAL puanlarının (-0,0922 ile -0,2117 arasında) altında kalmıştır. Bu durum Türk havayolu yolcularının (fiziksel alt boyut hariç) beklentilerinin karşılayamadığının ve aynı zamanda düşük hizmet kalitesi algılamaları ile açıklanabilir.

Tablo 5'e göre katılımcı Rus yolcuların (BK)Beklenen ve (AK)Algılanan Kalite hem de alt faktörlerinin SERVQUAL skorları beklentilerini ve algılamalarının karşılamadığının göstergesi olarak görülebilir. Diğer bir ifadeyle algılanan kalite SERVQUAL puanları, beklenen kalite ve alt faktörleri SERVQUAL puanlarının (-0,2488 ile -0,3816 arasında) altında kalmıştır. Bu durum Rus havayolu yolcularının beklentilerinin karşılayamadığının ve düşük hizmet kalitesi algılamaları ile açıklanabilir.

Havayolu hizmeti alan Türk yolcuların “TR01\_Mükemmel havayolu şirketi modern görüntüslü uçaklara sahiptir” ile “TR03\_Mükemmel havayolu şirketinin çalışanları düzgün görünüşlüdür” ifadelerindeki SERVQUAL skorları beklentilerinin üstüne çıkmış yani yüksek kalite olarak saptanmıştır. Diğer 20 ifadede beklentileri ve algılamalarını karşılamadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle algılanan kalite SERVQUAL puanları, beklenen kalite ifadeleri SERVQUAL puanlarının (-0,0049 ile -0,3301 arasında) altında kalmıştır. Bu ifadelerden en düşük (-0,3301) SERVQUAL skoru “TR06\_Mükemmel havayolu şirketi müşterilerinin bir problemi olduğunda çözüm için samimi hareket eder” ifadesidir. Buradan hareketle sektör yönetici ve çalışanlarına bu olumsuz durumun düzeltilmesine yönelik tutum ve davranış eğitimleri verilebilir.

Havayolu hizmeti alan Rus yolcuların 22 ifadede beklentileri ve algılamalarını karşılamadığını göstermektedir. Başka bir deyişle algılanan kalite SERVQUAL puanları, beklenen kalite ifadeleri SERVQUAL puanlarının (-0,1650 ile -0,4709 arasında) altında kalmıştır. Bu ifadelerden en düşük (-0,1650) SERVQUAL skoru “RUS04\_Mükemmel havayolu şirketinde hizmete eşlik eden materyaller (broşürler, kitapçıklar) görsel olarak çekicidir” ifadesidir. Bu ifadelerden en yüksek (-0,4709) SERVQUAL skoru “RUS10\_Mükemmel havayolu şirketi çalışanları müşterilere hizmetin tam olarak ne zaman yerine getirileceğini söyler” ifadesidir. Buradan hareketle sektör yönetici ve çalışanlarına bu olumsuz durumun düzeltilmesine yönelik tutum ve davranış eğitimleri verilebilir.



**Tablo 6:** TR- RUS BK-AK arasında Tek rneklem t Testi

Değişkenler	n	Ort.	S.H.	p
TR_BEKLENEN_KALİTE	206	3,9206	,67498	,000
RUS_BEKLENEN_KALİTE	206	4,3139	,56248	,000
Değişkenler	n	Ort.	S.H.	p
TR_ALGILANAN_KALİTE	206	3,8122	,70977	,000
RUS_ALGILANAN_KALİTE	206	3,9882	,57893	,000

Tablo 6'ya göre Türk ve Rus yolcuların Beklenen Kalite algılamaları arasında ( $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde) istatistiki olarak anlamlı farklılık belirlenmiştir. Bu durum Türk yolcuların havayolu hizmetini düşük hizmet kalitesi olarak algıladıklarıyla açıklanabilir.

**Tablo 7:** Hipotezlerin Testi

Hipotez	P	Sonuç
H1: Türk yolcuların Beklenen Kalite ile Algıladıkları Kalite arasında anlamlı bir farklılık vardır	,000	Kabul
H2: Rus yolcuların Beklenen Kalite ile Algıladıkları Kalite arasında anlamlı bir farklılık vardır	,000	Kabul
H3: Türk yolcular ile Rus yolcuların Beklenen Kalite algıları arasında anlamlı farklılık vardır	,000	Kabul
H4: Türk yolcular ile Rus yolcuların Algıladıkları Kalite algıları arasında anlamlı farklılık vardır	,000	Kabul

#### 4. ARAşTIRMA SONUÇLARININ DEğERLENDİRİLMESİ

Havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi, müşterilerin havayolu tercihlerinde önem arz etmektedir. Müşterilerce algılanan hizmetin kalitesi, havayolu işletmelerinin imajı ve müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Müşterinin hizmet aldığı havayolu işletmelerini tekrar tercih etmelerine ilişkin karar alırken ilgili havayolunun ulaşım hizmeti, rezervasyon hizmeti ve biletleme hizmeti aracılığıyla hava taşımacılığı ürünlerini karşılaştırarak ve değerlendirerek vermektedirler. Bu bağlamda havayolu işletmelerinin hem uçak içi hem de uçak dışı hizmet sunumlarında hizmet kalitesini öncelemesi ve buna uygun işletme politikaları geliştirilmesinin zorunlu olduğu dönemde bulunduğu bilinmelidir. Bu açıdan bu araştırmanın amacı Türkiye (İstanbul Ground Airport-İGA) ve Rusya'da (şeremetyevo Havaalanı-Moskova) havayolu yolcularının beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin SERVQUAL ile ölçümlenerek hizmet kalitesinin belirlenmesi ve karşılaştırılmasıdır. Bu amaçla söz konusu havaalanlarından uçuş hizmeti alan 412 yolcuya gönüllülük esasına göre ilişkisel tarama modeliyle kolayda rneklemeye ulaşılmıştır.

Elde edilen bulgularla Türk havayolu yolcularının Beklenen Kalite aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=3,92$ ) iken Algılanan Kalite ( $\bar{x}=3,81$ ) olduğu ve yolcuların havayolu ürün hizmetinin algılamalarının düşük kalitede ( $\bar{x}=-0,10$ ) olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen bulgularla Rus havayolu yolcularının Beklenen Kalite aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=4,31$ ) iken Algılanan Kalite ( $\bar{x}=3,98$ ) olduğu ve yolcuların havayolu ürün hizmetinin algılamalarının düşük kalitede ( $\bar{x}=-0,32$ ) olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen bulgularla Türk-Rus havayolu yolcularının Beklenen Kalite aritmetik ortalaması ( $\bar{x}=3,92$ ;  $\bar{x}=4,31$ ) iken Algılanan Kalite ( $\bar{x}=3,81$ ;  $\bar{x}=3,98$ ) olduğu ve yolcuların havayolu ürün hizmetinin algılamalarının düşük kalitede ( $\bar{x}=-0,10$ ;  $\bar{x}=-0,32$ ) olduğu belirlenmiştir. Bu durum Rus havayolu yolcularının hem beklenen hem de algılanan kalite algılarının düşük olduğunu göstermektedir.

Türk havayolu yolcularının demografik değişkenlerinden eğitim ile Beklenen Kalite algılamaları arasında  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde ( $p=0,19$ ) anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Diğer

demografik değişkenler cinsiyet, medeni durum, gelir ve yaş ile Beklenen ve Algılanan Kalite arasında  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde ( $p > 0,05$ ) anlamlı fark belirlenmemiştir.

Rus havayolu yolcularının demografik değişkenlerinden eğitim ile Beklenen Kalite algılamaları arasında  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde ( $p = 0,24$ ) anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Diğer demografik değişkenler cinsiyet, medeni durum, gelir ve yaş ile Beklenen ve Algılanan Kalite arasında  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde ( $p > 0,05$ ) anlamlı fark belirlenmemiştir.

Bulgulanan sonuçlar ile daha önceden SERVQUAL ile yapılmış bazı araştırmalar benzerlik göstermektedir. Chikwendu, Ejem ve Ezenwa (2012) Nijerya Havayollarının hizmet kalitesi çalışmasında yolcuların genel memnuniyet düzeyinin düşük olduğunu ifade etmiştir. Wahab vd., (2015) Malindo Havayolları yolcularının müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi boyutlarının arasında olumlu bir ilişkinin olduğunu ileri sürmüştür. Brohi ve Shaikh (2019) Pakistan Uluslararası Havayollarının hizmet kalitesinin düşük olduğunu iddia etmiştir. Çiçek (2021) öğrencilerin beklemedikleri hizmet kalitesi ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında anlamlı farklılıklar bulunduğunu ifade etmiştir. Ürgün ve Çişişingir Ük (2022) müşterilerin tercih ettikleri havayolu firmalarının hizmet özelliklerinin tümünde zayıf durumda olduğunu ileri sürmüştür. Umarbeyli ve Gelirli (2022) KKTC havayolu işletmelerinin hizmet kalitesinin düşük olduğunu ifade etmiştir. Rahimi ve Kırkbir (2024) GSM şirketleri tarafından müşterilere sunulan hizmetlerinin yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Benzer sonuçlar Devedakan (2006), Yılmaz, Çelik ve Depren (2007), Çiçek ve Doğan (2009), Filiz (2009b), Aksoy (2013), Filiz ve Kolukısaoğlu (2014), Bakan vd. (2014), Başfırmıncı ve Mitra (2015), Kurtaran vd. (2019), Kement vd. (2019), Devedakan vd. (2019), Jarrett vd. (2019), Kayan Ürgün ve Çilingir Ük (2022), Kayaalp, Filiz ve Duran (2022), Bora Semiz vd. (2023), Doğan (2023), Yomralıoğlu ve Çilingir Ük (2023), Bayram vd. (2023), Samosir vd. (2024), Ravishankar ve Christopher (2024), Kassir (2024), Aziz ve Aliman (2024) çalışmalarıdır.

## 5. ÖNERİLER

Bu araştırma hem Türk hem de Rus havayolu hizmeti almış yolcuların beklenen ve algılanan hizmet kalitesinin araştırıldığı ilk çalışmalardan birisidir. Araştırmadaki bulguların sonucunda (BK)Beklenen ve (AK)Algılanan Kaliteye katılımcı yolcuların ortalaması düşük anket ifadeleri temel alınarak hem Türk hem de Rus havayolu işletmesi ve yöneticilerine yönelik şu önerilerde bulunulabilir;

- Havayolu şirketlerinin modern uçaklara sahip olmasının yolcuların kalite algılamalarında önemli olduğunun bilinmesi,
- Havayolu şirketi çalışanlarının, yolcuların özel ihtiyaçlarını doğru anlaması ve buna uygun davranışlar sergilemesi,
- Havayolu şirketi çalışanlarının, yolcuların özel ihtiyaçlarının karşılanmasında belirlenmiş ilkelere göre öncelik vermesi,
- Havayolu şirketleri sunulan hizmetin ayrıntılarını havayolu tüketicilerine uygun kanallardan sunması ve bilgilendirmesi,
- Havayolu şirketlerinin hizmet kalitesinin artırılmasına yönelik olarak havayolu yolcularıyla tek tek ilgilenmesi için işletme politikaları geliştirmesi,
- Havayolu çalışanlarının, havayolu yolcularının problemlerinin çözümünde samimi tutum ve davranışlar sergilemesi,
- Havayolu çalışanlarının, havayolu yolcularına sunulan hizmetin zamanı ve uçuşla ilgili bilgileri doğru ve eksiksiz vermesi,
- Havayolu çalışanlarının, havayolu yolcularına sunulan hizmetin zamanında yapılmasını sağlaması,
- Havayolu şirketlerinin hizmet kalitesinin artırılmasında çalışma ofisleri, yolcu büroları ve kapı girişleri görsellerinin dikkat çekici şekilde tasarlanması önerilebilir.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada kullanılan anket yöntemi için İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 08/03./2023 tarihli ve 2023/03 nolu toplantısında 2023-03-123 sıra sayılı kararı ile izin alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde AKAD Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar (lar) ina aittir.

**Yazar Katkı Beyanı:** 1. Yazarın katkı oranı % 50, 2. Yazarın katkı oranı ise % 50'dir.

**ıkar Beyanı:** Yazarlar arasında çıkar atışması yoktur.

**Ethics Statement:** Permission for this study was obtained from the Ethics Committee of İstanbul Gelişim University with the decision number 2023-03-123 at the meeting dated 08/03/2023 and numbered 2023/03 of the relevant board. In case of detection of a contrary situation, AKAD Journal has no responsibility and all responsibility belongs to the author (s) of the study.

**Author Contributions Statement:** 1st author's contribution rate is 50.%, 2nd author's contribution rate is 50 %.

**Conflict of Interest:** There is no conflict of interest among the authors.

## KAYNAKA

- Akbaba, A., ve Kili, I. (2001). Hizmet Kalitesi ve Turizm İşletmelerinde Servqual Uygulamaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 162-168.
- Aksoy, D. (2013). Uygulama Otellerinde Konaklayan Müşterilerin Memnuniyetleri zerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aktepe, C., ve şahbaz, R. P. (2010). Türkiye'nin en büyük beş havayolu işletmesinin marka değeri unsurları açısından incelenmesi ve Ankara ili uygulaması. *C İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 11(2), 69-90.
- Arpacı, ., ve Kutanis, R. . (2022). Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesine Yönelik Müşteri E-şikyetlerinin Analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(27), 442-463.
- Avcı, U., ve Sayılır, A. (2006). Hizmet kalitesi çerçevesinde çalışanların rolüne ve yeterliliklerine ilişkin karşılaştırmalı bir inceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (1), 121-138.
- Ayyıldız, E., ve Gürsoy, İ. (2024). Havalimanı Hizmet Kalitesi Faktörlerinin Sezgisel Bulanık SWARA ile Ağırlıklandırılması. 3 rd International Conference on Engineering, Natural and Social Sciences, Konya.
- Aziz, A. A., ve Aliman, A. (2024). E-Servqual Effect On Brand Image Through E-Satisfaction In Indonesian Airports Apps Users At Soekarno-Hatta Airport. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(1), 141-150.
- Bakan, İ., Erşahan, B., Kefe, İ., ve Bayat, M. (2011). Kamu ve zel Hastanelerde Tedavi Gören Hastaların Sağlıkta Hizmet Kalitesine İlişkin Algılamaları, Kahramanmaraş Sütü İmam Üniversitesi İİBF. Dergisi, Sayı:2, Kahramanmaraş.
- Başfırını, C., ve Mitra, A. (2015). A Cross Cultural Investigation of Airlines Service Quality through Integration of Servqual and the Kano Model. *Journal of Air Transport Management*. 42, 239-248.
- Bayram, M., Burgazoğlu, H., Hızal, S., ve Glden, A. (2023). Yiyecek İçecek Hizmet Kalitesi ile Marka Sadakati ve Marka İmajı Arasında Müşteri Memnuniyetinin Rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 224-239.
- Belobaba, P. (2009). Overview of airline economics, markets and demand. *The global airline industry*, 47-72.
- Bora Semiz, B., Semiz, T., ve Güneş, K. (2023). Sağlık kurumlarında algılanan hizmet kalitesinin ve hasta memnuniyetinin llmesine yönelik bir araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 11(3), 1130–1151. <https://doi.org/10.15295/bmij.v11i3.2289>
- Brohi, M. A. ve Shaikh, A. A. (2019). Assessment of perceived service quality using servqual model: A case study of Pakistan International Airline (PIA) in-flight hospitality. *International Journal of Basic and Applied Sciences*. 8 (2), 11-19.

- Büyüköztürk, Ş. (2007). Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı, 7. Baskı, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Chikwendu, D. U., Ejem, E. ve Ezenwa, A. (2012). Evaluation of service quality of Nigerian Airline using servqual model, *Journal of Hospitality Management and Tourism*, 3(6), 117-125.
- Cunningham, L. F., Young, C. E. ve Lee, M. (2002). Cross-Cultural Perspectives of Service Quality and Risk in Air Transportation. *Journal of Air Transportation*. 7(1), 3-26.
- Çallı, L., ve Çallı, F. (2023). Understanding airline passengers during covid-19 outbreak to improve service quality: topic modeling approach to complaints with latent dirichlet allocation algorithm. *Transportation Research Record*, 2677(4), 656-673.
- Çırpın, B. K., ve Kurt, D. (2016). Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesi ölçümü. *Journal of Transportation and Logistics*, 1(1), 83-98.
- Çiçek, Y. (2021). Algılanan hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki: Dumlupınar Üniversitesi Hüsnü Özyeğin yurdunda bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF Dergisi*, (8), 69-83
- Çiçek, R. ve Doğan, İ. C. (2009). Müşteri memnuniyetinin artırılmasında hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 199-217.
- Değermen, H. A. (2006). Hizmet ürünlerinde kalite, müşteri tatmini ve sadakatı:(Hizmet kalitesi ile müşteri sadakatının sağlanması ve GSM sektöründe bir uygulama). Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Dempsey, P. S., Gesell, L. E., ve Crandall, R. (1997). Airline management. Strategies for the 21st century.
- Devebakan, N. (2006). Sağlık işletmelerinde teknik ve algılanan kalite. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(1), 120-149.
- Devebakan, N., Egeli, H. A., ve Koçak, N. (2019). Yükseköğretim Kurumlarında Öğrenci Beklenti ve Algulamaları Temelinde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Ölçeği ile Değerlendirilmesi: Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu'nda Bir Araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(2), 201-212.
- Doğan, Y. (2023). Konaklama Tesislerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi (The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Accommodation Facilities). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(3), 1996-2013.
- Ekin, E., ve Cesur, İ. G. (2022). Hizmet Kalitesinin Sayısal Yöntemlerle Ölçümü: Servqual Ölçeği ve İstatistik Analiz ile Hizmet Sektörü Örneği. *Journal of Turkish Operations Management*, 6(2), 1196-1211.
- Elliott, K. M., ve Roach, D. W. (1993). Service quality in the airline industry: are carriers getting an unbiased evaluation from consumers?. *Journal of Professional Services Marketing*, 9(2), 71-82.
- Filiz, Z. (2009b). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin SERVQUAL yöntemi ile ölçülmesi ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 46(538), 75-86.
- Filiz, Z., ve Kolukısaoglu, S. (2014). SERVQUAL Yöntemi ve Bir Hizmet İşletmesinde Uygulaması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 253-266.
- Ghobadian, A., Speller, S., ve Jones, M. (1994). Service quality: concepts and models. *International journal of quality & reliability management*, 11(9), 43-66.
- Gursoy, D., Chen, M. H., ve Kim, H. J. (2005). The US airlines relative positioning based on attributes of service quality. *Tourism management*, 26(1), 57-67.
- Jarrett, J. E., Pan, X., Yang, Y., Huang, Y., Huang, L. ve Li, F. (2019). Combining SERVQUAL and QFD to Evaluate and Improve Airline Service Quality. *International Journal of Business Management*. 14(5), 154-170.

- Kalaycı, ř. (2010). SPSS Uygulamalı ok Değişkenli İstatistik Teknikleri, 5.Baskı., Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kassir, A. M. (2024). Role of alliance brand awareness on customer's behavioural response and satisfaction: Case of 'sky team' global airline alliance. *EuroMed Journal of Management*, 6(1), 72-99.
- Kayaalp, H. T., Filiz, A. ., ve Duran, C. (2023). Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli ile Ölçülmesi: Özel Bir Hastanede Alan Araştırması. *EKEV Akademi Dergisi*, (93), 258-271.
- Kayan Ürgün, G. ve ilingir Ük, Z. (2022). Hizmet Kalitesi İyileştirilmesinde Servqual ve Kano Modellerinin KFY ile Bütünleştirilmesi: Havayolu Sektöründe Bir Uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 554-580.
- Kement, Ü., avuşoğlu, S., Bükey, A., ve Başar, B. (2019). Otel müşterilerinin algıladığı hizmet kalitesinin servqual analizi ile değerlendirilmesi: termal turizm işletmeleri örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 25-35.
- Koech, A. K., Buyle, S., ve Macário, R. (2023). Airline brand awareness and perceived quality effect on the attitudes towards frequent-flyer programs and airline brand choice-Moderating effect of frequent-flyer programs. *Journal of Air Transport Management*, 107, 102342.
- Kurtaran, A., elik, M. K., ve Mutlu, F. (2019). Yiyecek iecek işletmelerinde hizmet kalitesinin SERVQUAL ile ölçülmesi: bir alan araştırması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 376-387.
- Halis, M. (2013). Toplam Kalite Yönetimi MYO Müfredatına Uygun. Seçkin Yayınları, İstanbul.
- Okumuş, A., ve Asil, H. (2007). Examining The Effects Of Perceived Service Quality On Airline Passengers'overall Satisfaction Level. *İstanbul University Journal Of The School Of Business*, 36(2): 7-29.
- Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V., ve Gordon, G. L. (1993). Service quality and customer loyalty in the commercial airline industry. *Journal of travel research*, 32(2), 16-24.
- Parasuraman, A., Valarie A.Zeithaml ve Leonard L.Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing*, Vol.49, Fall, s. 41-50.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml ve Leonard L. Berry (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, Vol. 67 (4), s: 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., ve Berry, L. L. (1986). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. (No Title).
- Park, J. W., Robertson, R., ve Wu, C. L. (2004). The effect of airline service quality on passengers' behavioural intentions: a Korean case study. *Journal of Air Transport Management*, 10(6), 435-439.
- Ravishankar, B., ve Christopher, P. B. (2024). Examining the role of customer satisfaction and brand image as mediators between service quality and repurchase intent with reference to India's international airlines. *Environmental & Social Management Journal/Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(1). DOI: <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n1-010>
- Ricardianto, P., Yanto, T., Wardhono, D., Fachrial, P., Sari, M., Suryobuwono, A., ... ve Endri, E. (2023). The impact of service quality, ticket price policy and passenger trust on airport train passenger loyalty. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 307-318.
- Saha, G. C., ve Theingi (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 350-372.
- Samosir, J., Purba, O., Ricardianto, P., Triani, D., Adi, E., Wibisono, E., ... ve Endri, E. (2024). The role of service quality, facilities, and prices on customer satisfaction in Indonesia aviation in the COVID-19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 91-100.



- Shah, F. T., Syed, Z., Imam, A., ve Raza, A. (2020). The impact of airline service quality on passengers' behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, 85, 101815.
- Tiernan, S., Rhoades, D. L., ve Waguespack, B. (2008). Airline service quality: Exploratory analysis of consumer perceptions and operational performance in the USA and EU. *Managing Service Quality: An International Journal*, 18(3), 212-224.
- Umarbeyli, Ş., ve Gelirli, N. (2023). A comparative research on customer service expectations and service quality perceptions of low cost carriers in the Turkish Republic of Northern Cyprus. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2).
- Uzgören, N. (2012). Bilimsel araştırmalarda kullanılan temel ve istatistiksel yöntemler ve SPSS uygulamaları. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Ürgün, G. K., ve Ük, Z. Ç. (2022). Hizmet Kalitesi İyileştirilmesinde Servqual ve Kano Modellerinin KFY ile Bütünleştirilmesi: Havayolu Sektöründe Bir Uygulama. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 554-580.
- Wahab, Z., Sukati, I. ve Li, L. H. (2015). Measuring the Malindo Airline passenger's satisfaction. *Asian Social Science*, 11(18), 233-245.
- Yıldız, O., ve Erdil, S. (2013). Türkiye Havayolu Yolcu Taşımacılığı Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırmalı Ölçülmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), 89-100.
- Yılmaz, V., Çelik, H. E. ve Depren B. (2007). Devlet ve özel sektör bankalarındaki hizmet kalitesinin karşılaştırılması: Eskişehir örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(2), 234-248.
- Yomralıoğlu, T. ve Çilingir Ük, Z. (2023). Havayolu İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Göstergelerinin Ağırlıklandırılmış Yorumlayıcı Yapısal Modelleme ile Değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 38, 159-180. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.1175290>