

Harran Üniversitesi Öğrencilerinin Hizmet Kalitesi Algısındaki Farklılıklar

Differences in The Perception of Service Quality of Harran University Students

Kasım Kaya¹

Öz

Bu çalışmanın amacı, Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algılarının demografik faktörleri bağlamında farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Araştırmanın evrenini, Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak 490 öğrenciye anket uygulanmıştır. Hizmet kalitesi algısı açısından cinsiyet grupları arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla T-testi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin Harran Üniversitesinden aldıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarının cinsiyet durumuna göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Hizmet kalitesi algısı açısından aile gelir durumu ve öğrenim görülen bölüm grupları arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Anova Testinden yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin Harran Üniversitesinden aldıkları hizmetlerin kalitesine yönelik algılarının aile gelir düzeyine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hizmet kalitesi, algı, demografik faktörler.

Abstract

The aim of this study is to determine whether Harran University students differ in terms of demographic factors of service quality perceptions of the services offered by the university. Students that study at Harran University Faculty of Economics and Administrative Sciences constitutes the study's universe. 490 student questionnaires were applied using simple random sampling method. T-test was employed to determine if there is a difference between gender and marital status groups in terms of service quality perception. As a result of the analysis, it was determined that the perceptions of the quality of the services received from Harran University did not differ according to the gender status of the students. Anova test was employed to determine if there is a difference between the family income situation and the study group of departments in terms of service quality perception. As a result of the analysis, it was determined that the perceptions of the quality of the services received from Harran University vary according to the level of family income.

Keywords: Service quality, perception, demographic factors.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 19 / 04 / 2018

Accepted: 14 / 06 / 2019

Giriş

Yükseköğretim Kurumları, ekonominin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan gücünün karşılanmasına aracılık eder. En hızlı genişleyen hizmet sektörlerinden birini oluşturan yükseköğretim, öğrencilerin beklentilerini karşılayabilmek için uygun yöntemler geliştirmelidir. Algılanan hizmet kalitesindeki farklılıkların belirlenmesi, hem kavram hem de uygulama alanında geliştirilebilmesi için daha önce yapılan çalışmaların tekrarlanmasının ve gerekliliğinin önemi bilinmektedir. Günümüzde kaliteli bir eğitim almak için farklı coğrafyaların farklı üniversitelerinde eğitim almak isteyen öğrencilerin sayısı sürekli artmaktadır. Bu bağlamda rekabet üstünlüğü elde edebilmek için sunulan kaliteli hizmetin korunmasının sorumluluğu yükseköğretim kurumlarının yükümlülüğündedir (Hussain ve Birol, 2011).

Üniversitelerde hizmet kalitesinin geliştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde bu çalışmaların birçoğunun öğrenci memnuniyetindeki farklılıkların belirlenmesini amaçlayan çalışmalar olduğu görülmektedir (Abdullah, 2006; Elliott ve Shin, 2002; Knight, 1994; Pazarlıoğlu vd., 1999; Erdoğan ve Uşak, 2005). Bu bağlamda üniversitenin temel faaliyetlerinden biri olan eğitim hizmetlerinin kalitesinin yine bu hizmetlerin alıcısı olan öğrenciler tarafından nasıl algılandığının saptanması ve demografik özellikler bağlamındaki farklılıkların belirlenmesi, eğitimde kalite çalışmalarını önemseyen üniversiteler açısından oldukça önem arz etmektedir (Popli, 2005).

Üniversitelerin eğitim hizmeti sunan kurumlar olması dolayısıyla, eğitim hizmetinin müşterisi konumunda olan öğrencilerin aldıkları eğitim hizmetinden sağladıkları memnuniyet üniversiteler için gün geçtikçe artan bir öneme sahiptir. Üniversiteler sunmuş oldukları hizmetin Fiziksel Özellikler, Destek Hizmetleri, Uluslararasılaşma, Akademik Personel ve Akademik Olmayan Personel boyutlarına göre öğrenciler tarafından nasıl algılandığı konusunu dikkate almalıdırlar. Yükseköğretim kurumları sundukları eğitim hizmetlerinin öğrencilerin demografik özellikleri bağlamında nasıl farklılık gösterdiğini belirlemeli ve stratejilerini bu doğrultuda oluşturmalıdırlar. Bu amaçtan hareketle bu çalışmada Harran Üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören öğrencilerin üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algısındaki farklılıklar belirlenecektir.

1. Literatür

1.1. Kalite ve Kalitenin Gelişimi

Çağımızda kalite, hem tüketicilerin hem de kurum ve kuruluşların satın alma aşama ve kararlarındaki en önemli olgu haline gelmiştir. Müşteri için kalite, elde ettiği ürünün, istediği süre içinde, ihtiyacına en uygun fiyatla hizmet etme önemindedir; tasarımı gerçekleştiren mühendis için kalite, mükemmel ve hatasız bir ürün tasarlamak olabilmektedir. Üretimi gerçekleştiren işçi için kalite, üretimini gerçekleştirdiği ürünün, tanım ve talimatlara ne derece uyumlu olduğudur. Bu bağlamda kalite tanımı, kişilere göre farklı olabilmektedir (Bumin, 2003; Çırpın ve Kurt, 2016).

Kaliteyle ilgili yapılan çalışmaların daha çok üretim işletmeleriyle ilgili olduğu ve kalitenin üretim ve ürün anlayışlı bir yaklaşıma dayandığı görülmektedir (Bayram ve Şahbaz, 2017).

Ancak son dönemlerde kalite kavramının yeni bir anlayışla ele alındığı görülmektedir. Söz konusu anlayışta kalite, bir görev olmaktan ziyade bir strateji olmuştur. Bu bakış açısına göre, işletmede üretilen mal hizmetler müşterinin beklenti ve ihtiyaçlarına cevap verebildiği süreçte kalitelidir (Yatkin, 2003: 3).

1.2. Kalitenin Önemi

Çağımızda sürekli değişen şartlar altında işletmelerin başarılı olmaları gittikçe zorlaşırken, meydana gelen her bir başarısızlık işletmenin varlığını sürdürülebilirliğini daha riskli bir hale getirmektedir (Bezirci, 2015).

Küresel düzeyde rekabet eden işletmeler tüketicileri odak noktasına almak mecburiyetindedir. Tüketiciyi odak noktasına almanın yöntemi, kaliteyi odağa almaktan geçer. İşletme yöneticileri kaliteye yönelik olarak önlem almaz ve ayıplı ürünleri satışa sunarsa, prestij ve kar kaybı ile karşılaşacaktır (Albez vd., 2016: 1565).

Kalite, kusurlardan kurtulma, halkın refahı, mükemmellik ve sürdürülebilirlik olmaktadır. Bu bağlamda rekabette kilit öneme sahip kalite, insan ögesinin öneminin büyük olması, hizmet işletmelerinin işgücü yoğun olması ve buna bağlı hizmet performansının her an değişiklik gösterebilmesi gibi sebeplerden dolayı hizmet işletmelerinde özellikli bir öneme sahip olmaktadır. (Seyran, 2004: 36).

1.3. Hizmet ve Hizmet Kalitesi

Hizmet, müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belirli bir fiyattan satılan ve bir malın mülkiyetine gerek duyulmayan, doyum ve yarar oluşturan faaliyetler bütünü şeklinde tanımlanabilir (Doğan ve Tütüncü, 2003: 1). Başka bir yaklaşımla hizmet; bir tarafın diğer tarafa sunduğu, aslında herhangi bir şeye sahip olmayla sonuçlanamayan ve dokunulamayan bir fayda veya etkinlik şeklinde tanımlanmaktadır (Öztürk, 2013: 2). Hizmet; ürünlerin satışı ile beraber elde edilen tatmin olmalar ve faydalardır (Ardıç ve Güler, 2000: 19). Diğer bir tanımda hizmet; çok veya az dokunulmaz bir yapısı olan, hizmet çalışanları ve tüketici veya hizmeti sağlayanların fiziksel olanakları veya mallar arasındaki etkileşim sonunda meydana gelen ve tüketici ihtiyaçlarına fayda sağlayan etkinlikler oluşumu şeklinde tanımlanmıştır (Orhan, 2017:

346). Sayım ve Aydın'a göre; "Hizmet, müşteri beklentilerini karşılamak amacıyla belirli bir fiyattan satışa sunulan, elle tutulamayan, koklanamayan, kolay heba olabilen, standarda oturtulamayan, fayda ve tatmin sağlayan soyut etkinlikler bütünüdür" (Sayım ve Aydın, 2011).

Hizmet kalitesinin tanımlanması bazı sonuçlar ortaya çıkarmış ve hizmet kalitesinin özellikleri hakkında bilgiler vermiştir. Bu özellikler (Arslan vd., 2017: 8):

Hizmet kalitesi müşterinin algısı ile ilgili bir kavramdır.

Hizmet kalitesi, hizmet üretim ve sunum süreci ile entegredir.

Hizmetin kalite değerlendirmesi, bir malın kalite değerlendirmesinden daha zordur.

Hizmet kalitesi, müşteri ile hizmet personelinin etkileşiminden ortaya çıkar.

Hizmetler soyut olduğu için hizmet kalitesi de soyuttur.

Hizmet kalitesi, müşterilerin öznel yargılamasıdır.

Kaliteyle ilgili gelişmelerle aynı yönlü olarak, yakın tarihlerde hizmet kalitesi kavramının da üzerinde önemle durulmaya başlanmıştır. Kuruluşlar, hizmetlerine ait kaliteyi yükselterek, piyasadaki paylarını arttırmakta bu bağlamda verimlilik ve kârlılıklarını da arttırmaktadır (Çırpın ve Kurt, 2016).

Hizmet kalitesi hem mevcut hem de olası müşterilerin yeniden satın alma isteklerini etkilemektedir. Pazar araştırmalarına göre, alınan hizmetten memnun kalmayan bir müşteri, bu memnuniyetsizliğini en az üç kişi ile paylaşmaktadır. Buna göre kalitesiz hizmetin olası müşteri tabanını küçülteceği neticesine varmak mantıklı görünmektedir (Koçel, 2015: 290).

1.4. Hizmetin Özellikleri

Hizmet tüketicisi insan olduğu için kalite değerlendirmesini yapacak olan da insandır. Hizmet kalitesi bireyden bireye farklılık göstermektedir (Arslan vd., 2018:50). Hizmetler, onları mallardan ayıran birkaç ayırt edici özelliğe ve pazarlanabilme tarzları için farklı sonuçlara sahiplerdir. Bu özellikler genellikle soyutluk(dokunulmazlık), ayrılmazlık, çeşitlilik (heterojenlik), dayanıksızlık (depolanamama) ve hizmet sahipliğinin olmaması (sahipsizlik) olarak tanımlanabilir.

-Soyutluk (Dokunulmazlık)

Soyut, beş duyu organıyla algılanamayan ve fiziki boyutları olmayan demektir. Soyut olmak, bu yönü ile hizmetin en önemli özelliğidir (Dinçer, 2013: 286). Tüketiciler, malları satın alırken ürünlerin estetiğini, görünümünü, tadını, kokusunu hissedebilmekte ve test edebilmektedir. Hizmetlerin karakteristikleri; güvenilirlik, titizlik, çalışanların tavırları gibi dokunulamayan sürecin özelliği ise hizmetin satın alınıp tüketildikten sonra test edilebilmesidir (Oral, 2005: 177).

-Dayanıksızlık (Depolanamama)

Hizmetler depolanamadıklarından dolayı, mallarda olduğu gibi stok yönetim ve kontrolüne işlemlerine tabi tutulamazlar. Dolayısıyla, hizmetlerin depolanamama özelliği, müşteriden ziyade hizmet üreten işletmenin sorunudur. Stok yönetimi ve kontrolü mal üreten bir işletme için çok önemli bir konudur. Fakat hizmet üreten işletmelerde arz, müşterinin hizmeti talep ettiği zamanda olması gerektiği için bu işletmelerde stok kontrolünün yapılamaması oldukça kritik bir faktördür (Eser, 2007:9).

-Çeşitlilik (Heterojenlik)

Günlük hayatta sık karşılaştığımız durumlardan birisi de sunulan hizmetlerin aynı olmamasıdır (Seyran, 2004: 22). Hizmetler çoğunlukla insanlar oluşturulan performanslar olduğu için aynı hizmetin iki ayrı sunumunun aynı olması olanaksızdır (Öztürk, 2007: 20). Bu fark verilen hizmetlerin standartlaştırılmamasından ortaya çıkar. Dolayısıyla, evrensel kabul görmüş bir hizmet performansı belirlemek mümkün değildir. Gerek hizmeti sunan personel gerekse tüketici algısı ve tüketicilerin kendileri hizmette dalgalanmalara sebep olabilir (Eser, 2007: 11).

-Ayrılmazlık

Hizmetin diğer bir özelliği, hizmetlerin mallardan farklı olarak üretim ve tüketiminin farklı zamanlarda değil, aynı zamanda gerçekleşmesidir. Hizmetin üretilmesi, satın alınması, kullanılması ve değerlendirilmesi, kısa aralıklar ile gerçekleşir (Tek, 1997: 429). Hizmetlerin ayrılmazlık özelliği, müşteriyle hizmeti sunan personel arasında iletişimin olmasını da mecburi kılmaktadır. Eşzamanlı tüketim ve üretimden dolayı, hizmeti üreten kişiler kendilerini tüketicinin hizmet deneyiminin önemli bir girdisi ve ürünün bir parçası olarak görmektedirler (Zeithaml ve Bitner, 2000: 35).

-Sahipsizlik (Sahipliğin Olmaması)

Malları satın alanlar aynı zamanda onların sahibi de olmaktadır. Buna karşın hizmetlerin sahiplenilmesi mümkün değildir. Ancak belli zamanlarda o hizmetten faydalanma mümkün olabilmektedir (Kozak vd., 2011: 9). Hizmeti alan kişi sadece hizmet sürecinden yararlanma hakkına sahip olur (Eser, 2007: 16).

1.5. Hizmet Kalitesine Yönelik Yapılmış Çalışmalar

Barnes (2007) çalışmasında, İngiltere'de lisansüstü eğitimlerini işletme ve yönetim okullarında gören Çinli öğrencilere SERVQUAL ölçeğini uygulamıştır. Analiz sonuçlarına göre öğrencilerin hizmet kalitesi beklentilerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Bayrak (2007) yaptığı çalışmada, İstanbul ilinde devlet ve vakıf üniversiteleri işletme bölümü öğrencilerinin eğitim gördükleri kurumlara yönelik hizmet kalitesi algıları ile kaliteli bir üniversiteden bekledikleri hizmet kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonucunda vakıf üniversitesinde okuyan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri daha yüksek çıkmıştır.

Burgaz ve Ekinci (2007) çalışmalarında, öğrencilerin üniversitenin sunduğu hizmetlere ilişkin beklenti ve memnuniyetlerini araştırmış ve öğrencilerin beklenti düzeylerinin yüksek, memnuniyet düzeylerinin düşük olduğunu, öğrenci görüşlerinin fakülteler arasında farklılık gösterdiği, erkek öğrencilerin beklenti düzeylerinin kız öğrencilerin beklentilerine nazaran düşük olduğunu, bütün öğrencilerin benzer memnuniyet düzeylerine sahip oldukları sonuçlarını ortaya koymuştur.

Butt ve Rehman (2010) çalışmalarında, Pakistan'daki üniversitelerde öğrenci memnuniyetini incelemişlerdir. Öğretim elemanının tecrübesi, derslerin sunumu, öğrenme mekanı ve sınıf fiziki durumu faktörlerinin öğrenci memnuniyetini etkilediği sonuçları elde edilmiştir.

Gerşil ve Güven (2018) çalışmalarında, Celal Bayar Üniversitesi'nde SERVQUAL yöntemi ile hizmet kalitesi açısından öğrencilerin beklentilerini ve algılarını beş boyutta (fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati) değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda Celal Bayar Üniversitesi'nin verdiği hizmetlerin genel anlamda tüm boyutlarda öğrencilerin beklentilerinin altında kaldığı görülmüştür.

Özçalık (2007) çalışmasında, Çorum ili ve ilçelerinde bulunan yükseköğretim kurumlarında sunulan eğitim hizmetlerinin kalitesini, SERVQUAL yöntemi kullanarak değerlendirmiştir. Çalışma sonucunda, heveslilik, güven, güvenilirlik ve fiziksel değerler boyutlarına göre kurumlar arasında algılanan hizmet kalitesinin farklılık gösterdiği, empati boyutuna göre değerlendirmede ise kurumlar arasında farklılık olmadığı sonucuna varılmıştır.

Özdemir vd. (2013) çalışmalarında, eğitim fakültesi öğrencilerinin fakülte yaşamının niteliğine ilişkin memnuniyet düzeylerini incelemişlerdir. Araştırma sonucuna göre fakülte yaşamının niteliğine ilişkin öğrencilerin memnuniyetlerinin orta düzeyde olduğunu cinsiyet, yaş ve burs alma değişkenlerine göre memnuniyet düzeyleri anlamlı bir farklılık göstermezken öğrenim görülen sınıf düzeyi ve öğrenim görülen bölüm değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir.

Öztürk ve Tataroğlu (2017) çalışmalarında, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerin kendilerine sunulan hizmetlere yönelik kalite değerlendirmelerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda öğrencilerin kalite değerlendirmesinde en önemli boyutun öğretim elemanlarının yeterlilikleri olduğu, en az etkili olan boyut da fiziki imkânlar olduğu sonucuna varılmıştır.

Okumuş ve Duygun (2008) çalışmalarında, öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinden gelir durumu ve cinsiyet ile algıladıkları hizmet kalitesi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığını belirtmişler.

Napoli ve Wortman (1998) yaptıkları çalışmada, öğrenci memnuniyetine etki eden psikososyal faktörlerin; okulun ilk döneminde yaşananlar, sosyal destek, benlik duygusu, sosyal yeterlilik, psikolojik iyi olma hali ile akademik, idari ve sosyal sistemlerden memnun olma durumu olduğunu belirtmiştir.

Tütüncü ve İpekçil Doğan (2003) çalışmalarında, müşteri öğrenci memnuniyetini ölçmek için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde öğrenim gören öğrenciler üzerine araştırma yapmışlardır. Araştırma sonucunda öğrenciler açısından en önemli değişkenin eğitim kalitesi olduğu belirlenmiştir.

2. Araştırma Metodolojisi

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algılarının demografik faktörleri bağlamında farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir.

2.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın ana kütesini Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma için gerekli olan veriler basit tesadüfi örnekleme metodu kullanılarak ve yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anketler 15.02.2018 ile 28.02.2018 tarihleri arasında yapılmıştır.

2.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, hizmet kalitesi algısını ölçen ServPERF ölçeğinden ve farklı çalışmalardan Tayyar ve Dilşeker (2012) tarafından derlenen 52 maddelik ölçek yer almaktadır. İkinci bölümde, öğrencilerin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, toplam aile geliri, toplam aile birey sayısı ve eğitim gördüğü bölüm gibi 6 demografik soruya yer verilmiştir. Anket, Harran Üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören 490 kişiye uygulanmıştır.

2.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H₁: Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları demografik faktör grupları bağlamında farklılık gösterir.

H_{1a}: Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları cinsiyet faktörü bağlamında farklılık gösterir.

H_{1b}: Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları aile geliri faktörü bağlamında farklılık gösterir.

H_{1c}: Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları eğitim gördüğü bölüm faktörü bağlamında farklılık gösterir.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma amacı doğrultusunda oluşturulan anket Harran Üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören 490 kişiye uygulanmıştır. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada ölçeğin tek boyutluluk özelliğini araştırmak amacıyla Faktör Analizinden yararlanılmıştır. Güvenilirliğin belirlenmesi için Cronbach Alpha Testinden yararlanılmıştır. Hizmet kalitesi algısı açısından cinsiyet grupları arasında farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla T-testi yapılmıştır. Hizmet kalitesi algısı açısından aile gelir durumu ve öğrenim görülen bölüm grupları arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Anova Testinden yararlanılmıştır. Medeni durum ve yaş grupları arasında dağılım açısından farklılıklara bakılmamıştır.

2.6. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

	Sıklık	Yüzdeler		Sıklık	Yüzdeler
Cinsiyet			Aylık Gelir		
Kadın	266	54,3	1500 TL ve altı	151	30,8
Erkek	224	45,7	1501-3000 TL	231	47,1
Toplam	490	100	3001-4500 TL	58	11,8
			4501-6000 TL	22	4,5
			6001 TL ve üstü	28	5,8
			Toplam	490	100
Yaş			Bölümünüz		
15-20	103	21,0	İşletme	150	30,6
21-25	367	74,9	İktisat	101	20,6
26-30	10	2,0	Maliye	109	22,2
31 ve üstü	10	2,0	Kamu Yönetimi	121	26,6
Toplam	490	100	Toplam	490	100
Medeni Durum					
Evli	39	7,9			
Bekâr	451	92,1			
Toplam	490	100			

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri incelenecek olursa, katılımcıların 266'sı (%54,3) kadın, 224'ü (%45,7) erkek bireyler oluşmaktadır. Ankete katılanların yaş dağılımı ise 103'ü (%21) 15-20 yaş, 367'si (%74,9) 21-25 yaş, 10'u (%2) 26-30 yaş ve 10'u (%2) 31 ve üstü yaş aralığındadır. Gelir grupları içerisinde en büyük payı 1501-3000 TL arası gelire sahip olanlar oluşturmaktadır (%47,1). Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde 39'unun

(%7,9) evli, 451'inin (%92,1) bekar olduğu görülmektedir. Ankete katılanların öğrenim gördüğü bölüm dağılımı ise 150'si (%30,6) İşletme, 101'i (%20,6) İktisat, 109'u (%22,2) Maliye ve 121'i (%26,6) Kamu Bölümü şeklindedir.

2.7. Araştırmanın Güvenilirliği ve Faktör Analizi

Tablo 2. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi

	Cronbach's Alpha	N
Hizmet Kalitesi Algısı	,918	52
Fiziksel Özellikler	,821	7
Destek Hizmetler	,895	10
Uluslararasılaşma	,865	4
Akademik Personel	,971	18
Akademik Olmayan Personel	,912	13

Tablo 2'de görüldüğü gibi, ankete katılan öğrencilerin hizmet kalitesi algısını ölçen ölçeğin güvenilirliği 0,918 olarak bulunmuştur. Eğer; Cronbach Alpha $0,00 < \alpha < 0,40$ arasında ise ölçek güvenilir değil, $0,40 < \alpha < 0,60$ arasında ise ölçeğin güvenilirliği düşük, $0,60 < \alpha < 0,80$ arasında ise ölçek oldukça güvenilir ve $0,80 < \alpha < 1,00$ arasında ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir. (Arslan, 2013: 84). Çalışmada bulunan değer yüksek güvenilirliği ifade etmektedir.

Hizmet kalitesi algısını ölçen veri setinin faktör analizine uygunluğunu test eden KMO değeri (0,803) faktör analizi yapılabilmesi için uygun ve mükemmel bir değerdir. Yine aynı amaca hizmet eden Bartlett testi anlamlılık düzeyi= 0,00 olduğundan ve $p < 0,05$ olması koşulunu sağladığından verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir. Hizmet kalitesi algısını ölçmek amacıyla uygulanan faktör analizi sonucunda, kullanılan ölçekteki ifadelerin beş boyut altında toplandığı görülmektedir.

Tablo 3. Hizmet Kalitesi Algısı Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

Maddeler	Özdeğer	Açıklanan Varyans % (Toplam=%73,812)
Fiziksel Özellikler		
Modern öğretim araçları ve donanımı (projeksiyon, tepegöz, yazı tahtası, koltuklar, sıralar vb.) vardır	,789	21,635
Tesisler (sınıflar, laboratuvarlar, konferans salonları, çalışma alanları vb.) yeterli sayıdadır.	,821	
Tesisler görsel olarak çekici ve rahattır.	,611	
Kütüphane koleksiyonları ve veri tabanları öğrencinin akademik ihtiyaçlarını yeterince karşılar.	,745	
Öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayacak spor salonu vardır.	,782	
Bina içi alanlar temizdir	,724	
Üniversite mükemmel kampüs planı ve görünüşü olan ideal bir yere sahiptir.	,771	
Destek Hizmetleri		
Öğrencilerin spor faaliyetleri için elverişli koşullar sağlanmıştır	,904	17,457
Öğrencilerin taleplerine etkin ve hızlı yanıt veren sağlık hizmetleri (mediko) mevcuttur.	,851	
Merkezi kafeteryada (yemekhane) sağlıklı ve etkin hizmet verilmektedir	,738	
Kampüs içerisinde güvenlik sağlanmıştır	,775	
Yurt imkanı vardır.	,840	
Üniversite, öğrenci kulüpleri kurmamızı destekler ve teşvik eder.	,811	
Öğrencilerin kullanabilecekleri internet erişimleri mevcuttur.	,788	

Öğrencilerin kişiliklerini geliştirmelerine imkan verecek zengin kültürel ve sanatsal etkinlikler mevcuttur.	,794	
Başarılı öğrencilere burs olanağı tanınır.	,675	
Tesisler ihtiyaca göre mesai saatleri dışında da hizmet vermektedir.	,812	
Uluslararasılaşma		
Öğrenci ve personel değişimlerine (Erasmus ve Sokrates vb.) katılma faaliyetleri vardır	,711	
Akademik personel uluslararası alanda takdir görür.	,748	14,312
Yabancı öğrencileri çekebilmek için iyi bilinmek amacıyla yapılan girişimler söz konusudur.	,710	
Üniversitenin uluslararası alanda itibarı vardır.	,701	
Akademik Personel		
Öğretim elemanları düzenli ve şık görünüşlüdür.	,700	
Öğretim elemanları eğitim hizmetini gecikmeksizin verir.	,812	
Yardımcı olmaya heveslidirler.	,825	
Konuları anlaşılacak şekilde açıklayabilirler.	,802	
Ders içi eğitim öğretim süreçlerinde (ders sunumlarında) etkindirler.	,778	
Öğrencilere görgü, kültür ve benzeri unsurlar açısından örnek olurlar.	,777	
Öğrencilerin soru, öneri ve isteklerine cevap vermede asla meşgul değillerdir	,841	
Dostça ve sıcak bir yaklaşım içindedirler.	,726	
Davranışları öğrencilere güven verir.	,711	12,162
Öğrencinin gizlilik haklarına duyarlıdır.	,729	
Öğrenciye saygılı davranırlar.	,705	
Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler.	,779	
Uzmanlık alanlarındaki gelişmelerden haberdardır.	,734	
Öğrenci için en iyisini dilerler.	,777	
Öğrencilerin beklentilerini anlamaya çalışırlar.	,718	
Öğrenciden beklediklerini açık bir şekilde ifade ederler.	,695	
Öğrencilerin ders müfredatı ile ilgili değerlendirmelerini dikkate alırlar.	,699	
Akademik danışmanlar öğrencileri yönlendirmede yeterlidirler.	,728	
Akademik Olmayan Personel		
Çalışanlar düzenli ve şık görünüşlüdür	,801	
Okulun kayıtları hatasız ve düzenli bir şekilde tutulur.	,843	
Öğrencilerin sorunlarını çözmeye samimi istek gösterirler.	,801	
İsteklere hemen yanıt verirler.	,784	
Yardımcı olmaya heveslidirler	,761	
Öğrencileri, kendilerini ilgilendiren konularda düzenli bilgilendirirler	,710	
Dostça ve sıcak bir yaklaşım içindedirler.	,845	8,246
Öğrenciye karşı dürüsttürler.	,799	
Davranışları öğrenciye güven verir.	,821	
Öğrencilerin gizlilik haklarına duyarlıdır	,778	
Öğrenciye saygılı davranırlar.	,717	

Sorulara yanıt verecek yeterli bilgiye sahiptirler.	,681	
Öğrencilerin beklentilerini anlamaya çalışırlar	,715	

KMO = 0,803 Toplam Açıklanan Varyans = 73,812

2.8. Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 4. Cinsiyete Göre Hizmet Kalitesi Algısına Yönelik t-Testi Sonuçları

Hizmet Kalitesi	N	Ortalama	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,6341	1,558	0,120
Erkek	224	3,5451		
Fiziksel Özellikler	N	Mean	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,6561	0,477	0,634
Erkek	224	3,6196		
Destek Hizmetleri	N	Mean	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,4427	0,904	0,366
Erkek	224	3,3798		
Uluslararasılaşma	N	Mean	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,3614	0,175	0,861
Erkek	224	3,3469		
Akademik Personel	N	Mean	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,9055	1,818	0,070
Erkek	224	3,7664		
Akademik Olmayan Personel	N	Mean	T	Anlamlılık
Kadın	266	3,5078	0,361	0,719
Erkek	224	3,4771		

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F'de eğitim gören öğrencilerin cinsiyetlerine göre hizmet kalitesi algılarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yapılan t-testi analizi sonucunda $p = 0,120 > 0,05$ elde edilmiştir. Hizmet kalitesinin tüm boyutları, anlamlılık düzeyleri 0.05'den büyük olduğu için, cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. H_{1a} : Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları cinsiyet faktörü bağlamında farklılık gösterir hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5. Aile Gelirine Göre Hizmet Kalitesi Algısına Yönelik Anova Testi Sonuçları

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Hizmet Kalitesi	Gruplar Arası	27,480	4	6,870	20,028	0,000
	Gruplar İçi	166,358	485	0,343		
	Toplam	193,838	489			
Fiziksel Özellikler	Gruplar Arası	45,720	4	11,430	23,084	0,000
	Gruplar İçi	240,145	485	0,495		
	Toplam	285,865	489			
Destek Hizmetleri	Gruplar Arası	28,880	4	7,220	17,254	0,000
	Gruplar İçi	202,945	485	0,418		
	Toplam	231,825	489			
Uluslararasılaşma	Gruplar Arası	48,608	4	12,152	21,050	0,000
	Gruplar İçi	279,992	485	0,577		
	Toplam	328,600	489			

Akademik Personel	Gruplar Arası	27,723	4	6,931	12,472	0,000
	Gruplar İçi	269,512	485	0,556		
	Toplam	297,235	489			
Akademik Olmayan Personel	Gruplar Arası	18,548	4	4,637	6,945	0,000
	Gruplar İçi	323,821	485	0,668		
	Toplam	342,369	489			

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F.'de eğitim gören öğrencilerin toplam aile gelirlerine göre hizmet kalitesi algılarında fark olup olmadığını ölçmek için Anova Testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan değer $p = 0,000 < 0,05$ olmasından dolayı katılımcıların toplam aile gelir düzeyleri açısından hizmet kalitesi algılarında bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz alt faktörlere uygulanmış ve alt faktörlerde de toplam gelir açısından bir farklılık olduğu sonucu elde edilmiştir. H_{1b} : Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelerine yönelik hizmet kalitesi algıları aile geliri faktörü bağlamında farklılık gösterir hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6. Aile Gelirine Göre Tukey Testi Sonuçları

Ailenizin aylık geliri	Ailenizin aylık geliri	Ortalama Farkları	Anlamlılık Düzeyi
1500 TL ve altı	1501 - 3000 TL	,00155	1,000
	3001-4500 TL	,23794	,087
	4501-6000 TL	-,63192*	,009
	6001 TL ve üzeri	,73995*	,000
1501 - 3000 TL	1500 TL ve altı	-,00155	1,000
	3001-4500 TL	,23639	,071
	4501-6000 TL	-,63347*	,008
	6001 TL ve üzeri	,73839*	,000
3001-4500 TL	1500 TL ve altı	-,23794	,087
	1501 - 3000 TL	-,23639	,071
	4501-6000 TL	-,86986*	,000
	6001 TL ve üzeri	,50201*	,000
4501-6000 TL	1500 TL ve altı	,63192*	,009
	1501 - 3000 TL	,63347*	,008
	3001-4500 TL	,86986*	,000
	6001 TL ve üzeri	1,37187*	,000
6001 TL ve üzeri	1500 TL ve altı	-,73995*	,000
	1501 - 3000 TL	-,73839*	,000
	3001-4500 TL	-,50201*	,000
	4501-6000 TL	-1,37187*	,000

Tablo 7. Aile Gelirine Göre Ortalamalar

	N	Ortalama
1500 TL ve altı	151	3,6720
1501 -3000 TL	231	3,6705
3001-4500 TL	58	3,4341
4501-6000 TL	22	4,3039
6001 TL ve üzeri	28	2,9321
Toplam	490	3,5945

Tablo 6, aile geliri düzeylerinin çoklu karşılaştırma test sonuçlarını içermektedir. Tukey HSD çoklu karşılaştırma testine göre 1500 TL ve altı düzey, diğer dört düzeyle kıyaslandığında, bu düzeyin sahip olunan grup ortalama puanları ile 4501-6000 TL ve 6001 TL ve üzeri gelir düzeyine sahip olduğu grup ortalama puanları arasında fark olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte 1501 - 3000 TL gelir düzeyinin diğer düzeylerle karşılaştırması yapıldığında; bu düzeyin grup ortalama puanı ile 4501-6000 TL ve 6001 TL ve üzeri gelir düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Yine Tukey'e göre 3001-4500 TL gelir düzeyinin diğer dört bölümle karşılaştırılmasında; 3001-4500 TL gelir düzeyinin 4501-6000 TL ve 6001 TL ve üzeri gelir düzeyleri arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir. Tukey'e göre 4501-6000 TL ve 6001 TL ve üzeri gelir düzeyinin diğer dört bölümle karşılaştırılmasında; bu gelir düzeyleri ile diğer dört gelir düzeyi arasında anlamlı fark

olduğu belirlenmiştir. Tablo 7’de aile gelir düzeylerinin ortalamalarına ilişkin sonuçlar yer almaktadır. 1500 TL ve altı aile gelirin sahip olan bireylerin diğer dört gruba göre hizmet kalitesi algısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 8: Eğitim Gördüğü Bölüme Göre Hizmet Kalitesi Algısına Yönelik Anova Testi Sonuçları

		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık
Hizmet Kalitesi	Gruplar Arası	10,598	3	3,533	9,369	0,079
	Gruplar İçi	183,240	486	0,377		
	Toplam	193,838	489			
Fiziksel Özellikler	Gruplar Arası	11,850	3	3,950	7,006	0,055
	Gruplar İçi	274,015	486	0,564		
	Toplam	285,865	489			
Destek Hizmetleri	Gruplar Arası	4,847	3	1,616	3,459	0,076
	Gruplar İçi	226,978	486	0,467		
	Toplam	231,825	489			
Uluslararasılaşma	Gruplar Arası	11,433	3	3,811	5,840	0,15
	Gruplar İçi	317,167	486	0,653		
	Toplam	328,600	489			
Akademik Personel	Gruplar Arası	20,074	3	6,691	11,733	0,087
	Gruplar İçi	277,161	486	0,570		
	Toplam	297,235	489			
Akademik Olmayan Personel	Gruplar Arası	13,670	3	4,557	6,737	0,082
	Gruplar İçi	328,699	486	0,676		
	Toplam	342,369	489			

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F’de eğitim gören öğrencilerin eğitim gördüğü bölüme göre hizmet kalitesi algılarında fark olup olmadığını ölçmek için Anova Testi yapılmıştır. Öğrencinin eğitim gördüğü bölüme göre yapılan Anova Testi sonucunda Fiziksel Özellikler için $p=0,055>0,05$ Destek Hizmetleri için $p=0,076>0,05$ Uluslararasılaşma için $p=0,015>0,05$ Akademik Personel için $p=0,087>0,05$ ve Akademik Olmayan Personel için $p=0,082>0,05$ değerleri elde edildiğinden öğrencilerin eğitim gördükleri bölümleri bağlamında, hizmet kalitesi algılarında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. H_{1c} : Harran Üniversitesi öğrencilerinin üniversitelere yönelik hizmet kalitesi algıları eğitim gördüğü bölüm faktörü bağlamında farklılık gösterir hipotezi reddedilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma, Harran Üniversitesi öğrencilerinin, üniversitenin sunmuş olduğu hizmetlere yönelik hizmet kalitesi algılarının demografik faktörler bağlamında farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile yapılmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmuştur. Araştırma için gerekli olan veriler basit tesadüfi örnekleme metodu kullanılarak yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anketler 15.02.2018 ile 28.02.2018 tarihleri arasında yapılmıştır. Anket Harran Üniversitesi İ.İ.B.F’de eğitim gören 490 kişiye uygulanmıştır.

Harran Üniversitesi İ.İ.B.F’de eğitim gören öğrencilerin cinsiyetlerine göre hizmet kalitesi algılarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yapılan t-testi analizi sonucunda öğrencilerin cinsiyetleri açısından hizmet kalitesinin bütün boyutları için algılarında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Okumuş ve Duygun (2008) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile paralellik göstermekte, Burgaz ve Ekinci (2007) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile örtüşmemektedir. Analiz tüm boyutlar için uygulanmış ancak cinsiyet açısından tüm faktörlerde bir farklılık olmadığı sonucu elde edilmiştir. Hizmet kalitesi algısı açısından öğrenim görülen bölüm ve toplam aile geliri grupları arasında bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla Anova Testinden yararlanılmıştır. Eğitim gördüğü bölüme göre yapılan Anova Testi sonucunda, öğrencilerin eğitim gördüğü bölümler bağlamında, hizmet kalitesi algılarında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuç Özdemir vd. (2013) yaptığı araştırma sonucu ile paralellik göstermemektedir. Aile gelir durumuna göre yapılan Anova Testi sonucunda, öğrencilerin aile gelirleri bağlamında, hizmet kalitesi algılarında bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular Okumuş ve Duygun (2008) tarafından yapılan araştırma sonuçları ile paralellik göstermektedir.

Üniversitelerde sunulan hizmetlerin kalitesine yönelik algıyı ölçen çalışmalar literatürde bulunmaktadır. Ancak bu tür çalışmaların belirli periyotlar ile tekrarlanmasının gerekliliği dikkate alındığında, bu çalışmanın literatüre katkı sağlayarak gerek üniversite yönetimine gerekse akademisyenlere rehber olabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın farklı şehirlerde ve farklı üniversitelerdeki öğrenciler üzerinde daha büyük örnek kütle ile yapılması akademisyenlere kıyaslama ve genelleme yapabilme olanağı sunması açısından fayda sağlayacaktır.

Kaynakça

- Ardıç, K. ve Güler, A. (2000). "Reklamlarda Vurgulama Ürün ve Hizmet Kalite Boyutlarının Belirlenmesi ve Bir Uygulama". Pazarlama Dünyası Dergisi. 4: 19-20.
- Albez, A., Korkulu, A., ve Yılmaz, B. (2016). Kalite Maliyeti ve Karlılık İlişkisi: Üniversite Yemekhanesinde Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(4), 1563-1580.
- Arslan, B. (2013). Mağaza Atmosferi Unsurlarının Anlık Satın Almaya Etkisi: Fiziksel Mağaza ve Sanal Mağaza Karşılaştırılması. (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arslan, B., Taştekin, A. ve Gültekin, N. (2017). Belediyelerde Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Arslan, B., Küçük, F. ve Nur, E. (2018). Algılanan Hizmet Kalitesinin Kurumsal İmaja Etkisi: Harran Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Yapılan Ampirik Bir Çalışma (Kitap Bölümü). İşletme Bilimi Kapsamında Sektörel Araştırmalar İş Dünyasına ve Akademiye Yönelik Değerlendirmeler, Ed. Nezihe Tüfekçi, SRA Academic Publishing: USA
- Barnes, B. R. (2007). Analysing service quality: the case of post-graduate Chinese students. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(3), 313-331.
- Bayrak, B. (2007). Yükseköğretim Kurumlarından Beklenen Hizmet Kalitesi ve Hizmet Kalitesinin Algılanmasına Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayram, A. T., ve Şahbaz, R. P. (2017). E-Hizmet Uygulamalarında Kalite Algısı, Memnuniyet ve Sadakat Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi: Seyahat Acentaları Müşterileri Örneği (An. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 60, 75.
- Bezirci, G. (2015). Hizmet İşletmelerinde Süreç İyileştirme ve Uygulama. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Bumin, B. (2003). İşletmecilikte Çağdaş Yönelimler. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Burgaz, B., ve Ekinci, C. E. (2007). Öğrencilerin Hacettepe Üniversitesi'nce Sunulan Hizmetlere İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 71-89.
- Butt, B. Z., ve Rehman, K. (2010). A study examining the students satisfaction in higher education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 5446-5450.
- Gerşil, M., ve Güven, H. (2018). Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçülmesi: Celal Bayar Üniversite'nde Bir Uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 111-125.
- Çırpın, B. K., ve Kurt, D. (2016). Havayolu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi Ölçümü. *Journal of Transportation and Logistics*, 1(1), 83-98.
- Dinçer, Ö. (2013). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası. İstanbul: Alfa Yayınları Ders Kitapları.
- Doğan, Ö.İ. ve Ö. Tütüncü, (2003). Hizmet İşletmelerinde Toplam Kalite Yönetimi Kapsamında ISO 9001:2000 ve Bilgisayar Destekli Bir Uygulama. İzmir: D.E.Ü. Rektörlük Matbaası.
- Elliot, K. M. ve Shin, D. (2002). "Student Satisfaction: an alternative approach to assessing this important concept". *Journal of Higher Education Policy and Management*, 24(2), 197-209.
- Erdoğan, M. ve Uşak, M.: (2004). "Factors Affecting Prospective Science Teacher Satisfaction Level on Their Department", (Abstract) Paper presented at the conference, İstanbul, University of Bahcesehir.
- Eser, Z. (2007). Hizmetlerde Pazarlama İletişimi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Abdullah, F. (2006). "Measuring Service Quality in Higher Education HEDPERF Versus SERPERF", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol 24. No.1 pp. 31-47.

- Hussain, K. ve Birol, C. (2011). "The Assessment of Non-academic and Academic Service Quality in Higher Educaion" , Eurasian Journal of Educational Research, Issue 42, Winter, 95-116.
- Knight, W. E.: (1994). "Influences on the Academic, Career, and Personal Gains and Satisfaction of Community".
- Koçel, T. (2015). İşletme Yöneticiliği. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Kozak, N., Özel, Ç.H. ve Yüncü, D. (2011). Hizmet Pazarlaması. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Napoli, A. R., ve Wortman, P. M. (1998). Psychosocial factors related to retention and early departure of two-year community college students. *Research in Higher Education*, 39(4), 419-455.
- Okumuş, A., ve Duygun, A. (2008). Eğitim hizmetlerinin pazarlanmasında hizmet kalitesinin ölçümü ve algılanan hizmet kalitesi ile öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişki.
- Oral S. (2005). Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Orhan, M. (2017). Belediye Hizmet Kalitesi Ölçümü: Keçiören Belediyesi'nde Bir Uygulama. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(3), 945-963.
- Özçalık, F. (2007). Yükseköğretimde eğitim hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik örnek bir uygulama. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.*
- Özdemir, S., Kılınç, A. Ç., Öğdem, Z., ve Er, E. (2013). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Fakülte Yaşamının Niteliğine İlişkin Memnuniyet Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Journal of Higher Education & Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3(3).
- Öztürk, A. (2013). Hizmet Pazarlaması Kuram, Uygulama ve Örnekler. Ekin Kitabevi Yayınları
- Öztürk, Ö. G. H., ve Tataroğlu, M.(2017). Meslek Yüksekokullarında Hizmet Kalitesi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(40), 162-179.
- Öztürk, S.A. (2007). Hizmet Pazarlaması. (7. Baskı). Eskişehir: Ekin Yayınevi.
- Pazarlıoğlu, M., Emeç, H. ve Erdoğan, S. (1999). "Dokuz Eylül Üniversitesi Öğrencilerinin Yükseköğretim Beklenti Değişkenlerinin Faktör Analizi İle İncelenmesi", Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF Dergisi, 14 (2), 97-109.
- Popli, S. (2005). "Ensuring Customer Delight: A Quality Approach To Excellence In Management Education", *Quality in Higher Education*, 11(1), 17-24.
- Sayım, F., ve Aydın, V. (2011). Hizmet sektörü özellikleri ve sistematik olmayan risklerin sektör menkul kıymetleri ile etkileşimine dair teorik bir çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 245-262.
- Seyran, D. (2004). Hizmet Kalitesi. İstanbul: KalDer Yayınları.
- Tayyar, N. ve Dilşeker, F. (2012). "Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Bahar (28): 184-204.
- Tek, Ö.B. (1997). Pazarlama İlkeleri, Global Yönetimsel Yaklaşım. İzmir: Cem Ofset.
- Tütüncü, Ö., ve İpekçil Doğan, Ö. (2003). Müşteri tatmini kapsamında Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(4), 130-151.
- Yatkın, A. (2003). Toplam Kalite Yönetimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Zeithaml, V.A. ve Bitner, M.J. (2000). Service Marketing. New York: Mc Graw, Second Edition.