Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi, Davranışsal Niyet ve Memnuniyet İlişkisi: Çankırı Karatekin Üniversitesi Örneği

The Relationship Between Service Quality, Behavioral Intention and Satisfaction in Intercity Passenger Transport: Sample of Çankırı Karatekin University

Hüseyin Özdemir* - İrfan Mısırlı**

Abstract: In this research, it was investigated whether the perceived service quality, behavioral intention and satisfaction in the intercity bus companies show a significant difference according to the demographic characteristics of the students. In addition the relationship between perceived service quality, behavioral intention and satisfaction in intercity bus companies was investigated. The population of the research is the students studying at Çankırı Karatekin University and using them to intercity bus companies. The sample of the study was 424 students who accepted to participate in the study. In the research, questionnaire technique was used as data collection technique. The questionnaire consisted of two parts, in the first part questions were asked about the demographic characteristics of the students, in the second part, the service quality scale consisting of 5 dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) and 28 statements to determine the quality of service, and 7 statements to determine the behavioral intentions of the students. five-point Likert-type scales were used to determine the general satisfaction of students. Duman, Ayduğan and Koçuk (2007), Yılmaz (2012), Koçoğlu and Aksoy (2012), Özdişçiner and Ceylan (2016) and Aliçavuşoğlu and Gürbüz (2017) were used in the preparation of the questionnaire. The statistical analysis of the questionnaire, which was answered by 424 students, was carried out with IBM SPSS 22 statistical package program. Frequency distribution, descriptive statistics, T test, one-factor analysis of variance and correlation tests were used in the analysis of the data. Among the demographic variables examined, a statistically significant difference was found between the students' class and the general satisfaction of the students for bus companies. There was found between students' behavioral intentions and perceived service quality dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) a positive, high, medium, medium, medium and medium relationship. There was a positive, weak, weak, weak, weak and

* Dr. Öğr. Üyesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Ilgaz Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü

Asst. Prof. Dr., Çankırı Karatekin University, Ilgaz School of Tourism and Hotel Management, Department of Tourism and Hotel Management

ORCID 0000-0002-9598-6938

huseyinozdemir@karatekin.edu.tr

** Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü

Asst. Prof. Dr., Kastamonu University, Faculty of Tourism, Department of Tourism and Hotel Management

ORCID 0000-0001-9400-005X

imisirli@kastamonu.edu.tr

Cite as/ Atıf: Özdemir, H., Mısırlı İ. (2020). Şehirlerarası yolcu taşımacılığında hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve memnuniyet ilişkisi: Çankırı Karatekin Üniversitesi örneği, *Turkish Studies - Social*, 15(2), 281-299. <https://dx.doi.org/10.29228/TurkishStudies.40064>

Received/Geliş: 08 December/Aralık 2019

Accepted/Kabul: 25 February/Şubat 2020

Copyright © INTAC LTD, Turkey

Checked by plagiarism software

Published/Yayın: 25 February/Şubat 2020

CC BY-NC 4.0

weak relationship between students' general satisfaction and service quality dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) and (positive) medium relationship between behavioral intentions and general satisfaction of students.

Structured Abstract: Introduction and Purpose: When the literature on service quality is analyzed, it is seen that the definitions made about service quality differ according to the service sector and the quality of the service provided. For a quality service, at least the level of service required to meet customer expectations is required. Satisfaction or dissatisfaction reasons, which are indicators of the satisfaction levels of the customers regarding the service quality, are seen as an important factor in the evaluation of the service quality. The intention of customers to choose a business and its products again and their positive thoughts about it is shaped by being influenced by issues such as the quality of service provided and customer satisfaction. In this research, it was investigated whether the perceived service quality, behavioral intention and satisfaction in the intercity bus companies show a significant difference according to the demographic characteristics of the students. In addition the relationship between perceived service quality, behavioral intention and satisfaction in intercity bus companies was investigated. In the research conducted, it was determined that the perception of service quality was determined by five basic factors: service, personnel, service (transportation), enthusiasm and security. For this purpose, the following hypotheses have been developed:

Hypothesis 1: Students' perception of service quality varies significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade)

Hypothesis 1a: Students' perception of service dimension significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 1b: Students' perception of service (transportation) size significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 1c: Students' perception of staff size varies significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 1d: Students' perception of enthusiasm dimension significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 1e: Students' perception of safety dimension varies significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 2: The behavioral intentions of students significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 3: Students' satisfaction significantly difference according to their demographic characteristics (gender, age and in what grade).

Hypothesis 4: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and their perceptions of service quality.

Hypothesis 4a: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and perceptions of service dimension.

Hypothesis 4b: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and perceptions of service (transportation) dimension.

Hypothesis 4c: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and their perception of staff size.

Hypothesis 4d: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and their perception of enthusiasm dimension.

Hypothesis 4e: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and their perceptions of safety dimension.

Hypothesis 5: There is a significant relationship between students' behavioral intentions and satisfaction.

Hypothesis 6: There is a significant relationship between student satisfaction and service quality perceptions.

Hypothesis 6a: There is a significant relationship between students' satisfaction and their perception of service (transportation) dimension.

Hypothesis 6b: There is a significant relationship between students' satisfaction and perception of service dimension.

Hypothesis 6c: There is a significant relationship between students' satisfaction and staff size perceptions.

Hypothesis 6d: There is a significant relationship between students' satisfaction and their perception of enthusiasm.

Hypothesis 6e: There is a significant relationship between students' satisfaction and their perception of security dimension.

Methods

The population of the research is the students studying at Çankırı Karatekin University and using them to intercity bus companies. The sample of the study was 424 students who accepted to participate in the study. In the research, questionnaire technique was used as data collection technique. The questionnaire consisted of two parts, in the first part questions were asked about the demographic characteristics of the students, in the second part, the service quality scale consisting of 5 dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) and 28 statements to determine the quality of service, and 7 statements to determine the behavioral intentions of the students. five-point Likert-type scales were used to determine the general satisfaction of students. Duman, Ayduğan and Koçuk (2007), Yılmaz (2012), Koçoğlu and Aksoy (2012), Özdişçiner and Ceylan (2016) and Aliçavuşoğlu and Gürbüz (2017) were used in the preparation of the questionnaire. The statistical analysis of the questionnaire, which was answered by 424 students, was carried out with IBM SPSS 22 statistical package program. Frequency distribution, descriptive statistics, T test, one-factor analysis of variance and correlation tests were used in the analysis of the data.

Results

Among the demographic variables examined, a statistically significant difference was found between the students' class and the general satisfaction of the students for bus companies. There was found between students' behavioral intentions and perceived service quality dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) a positive, high, medium, medium, medium and medium relationship. There was a positive, weak, weak, weak, weak and weak relationship between students' general satisfaction and service quality dimensions (Service, service (transportation), personnel, responsiveness and security) and (positive) medium relationship between behavioral intentions and general satisfaction of students.

According to the results of the research, hypothesis 1 and its sub-hypotheses were rejected. Hypothesis 2 has been rejected. Hypothesis 3 has been partially accepted. Hypothesis 4, hypothesis 5, hypothesis 6 and lower hypotheses of these hypotheses are accepted.

Keywords: Service Quality, Behavioral Intention, Satisfaction, Cankiri Karatekin University, Bus Passengers.

Öz: Bu araştırmada şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ile memnuniyetin öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ile şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve memnuniyet arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmanın evreni Çankırı Karatekin Üniversitesinde eğitim gören ve şehirlerarası otobüs işletmelerine kullanan öğrencilerdir. Araştırmanın örnekleme yöntemi araştırmaya katılmayı kabul eden 424 öğrencidir. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden

oluşmuştur, ilk bölümde öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili sorular sorulmuştur, ikinci bölümde ise hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik 5 boyut (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) ve 28 ifadeden oluşan hizmet kalite ölçeği ile öğrencilerin davranışsal niyetlerine belirlemeye yönelik 7 ifade ile öğrencilerin genel memnuniyetini belirlemeye yönelik bir ifadenin yer aldığı beşli likert tipinde ölçekler kullanılmıştır. Anket formunun hazırlanmasında Duman, Aydoğan ve Koçuk (2007), Yılmaz (2012), Koçoğlu ve Aksoy (2012), Özdiçiner ve Ceylan (2016) ile Aliçavuşoğlu ve Gürbüz (2017) ölçeklerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemi oluşturan 424 öğrenci tarafından cevaplandırılan anketin istatistikî analizi IBM SPSS 22 istatistik paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Verilerin analizinde frekans dağılımı, betimsel istatistikler, T testi, tek faktörlü varyans analizi ve korelasyon testleri kullanılmıştır. İncelenen demografik değişkenlerden öğrencilerin okudukları sınıf ile öğrencilerin otobüs işletmelerine yönelik genel memnuniyetleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile algılanan hizmet kalitesi boyutları arasında (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) doğru yönlü (pozitif) yüksek, orta, orta, orta ve orta bir ilişki, öğrencilerin genel memnuniyetleri ile hizmet kalitesi boyutları arasında (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) doğru yönlü (pozitif) zayıf, zayıf, zayıf, zayıf ve zayıf bir ilişki ve öğrencileri davranışsal niyetleri ile genel memnuniyetleri arasında doğru yönlü (pozitif) orta bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Davranışsal Niyet, Memnuniyet, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Otobüs Yolcuları.

Giriş

Hizmet kalitesi ile ilgili literatür incelendiğinde, hizmet kalitesi konusunda yapılan tanımların hizmet sektörüne ve sunulan hizmetin niteliğine göre farklılıklar gösterdiği, kaliteli bir hizmet için müşterilerin beklentileri doğrultusunda sunulan hizmetin bu müşteri beklentilerinin ötesine geçmesinin gerekliliği ya da en azından müşteri beklentilerinin karşılayacak düzeyde hizmet verilmesi gerekliliği üzerinde durulduğu görülmüştür (Demirel, 2014: 22). Hizmet kalitesi düzeyi hakkında doğru bilgilere ulaşabilen işletme hizmet kalitesinin geliştirilmesine ya da hizmet kalitesindeki aksamalara yönelik sonraki aşamalarda alınacak tedbirleri yönelik daha etkili adımlar atabilecektir (Eleren vd., 2007: 78). Müşterilerin hizmet kalitesine yönelik tatmin düzeylerinin göstergesi olan memnuniyet veya memnuniyetsizlik sebepleri, hizmet kalitesinin değerlendirilmesindeki önemli faktörlerin belirlenmesinde, hizmetle ilgili müşterilerin çalışanlardan beklediği performans belirlenmesinde ve hizmet kalitesini belirlenmesinde belirleyici etkenler olarak görülmektedir (Turan, 2014: 20). Memnuniyet sürecinin bir sonucu olan davranışsal niyet boyutlarını müşteri sadakati, işletmeden ayrılma, daha fazla ödeme, tavsiye ve şikâyet nedenleri olarak özetlemek mümkündür (Güven ve Sarıışık, 2014:29). Müşterilerin bir işletmeyi ve onun ürünlerini tekrar tercih etme niyetleri ve onun hakkındaki olumlu düşüncelerini potansiyel müşterilere iletmeleri, sunulan hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyeti gibi hususlardan etkilenecek şekilde şekillenir (Arlı, 2012:22). Bu çalışmada şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ile memnuniyetin öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ve şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve memnuniyet arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yapılan çalışmada hizmet kalitesi algısını hizmet, personel, servis, heveslilik ve güvenlik olmak üzere beş temel faktörün belirlediği saptanmıştır.

Amaç

Bu çalışmada şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ile memnuniyetin öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ve şehirlerarası otobüs işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve memnuniyet arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

Hipotez 1: Öğrencilerin hizmet kalitesi algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1a: Öğrencilerin hizmet boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir

Hipotez 1b: Öğrencilerin servis boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1c: Öğrencilerin personel boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1d: Öğrencilerin heveslilik boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 1e: Öğrencilerin güvenlik boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 2: Öğrencilerin davranışsal niyetleri demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 3: Öğrencilerin memnuniyetleri demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Hipotez 4: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4a: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile hizmet boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4b: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile servis boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4c: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile personel boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4d: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile heveslilik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4e: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile güvenlik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 5: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6: Öğrencilerin memnuniyetleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6a: Öğrencilerin memnuniyetleri ile hizmet boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6b: Öğrencilerin memnuniyetleri ile servis boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6c: Öğrencilerin memnuniyetleri ile personel boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6d: Öğrencilerin memnuniyetleri ile heveslilik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6e: Öğrencilerin memnuniyetleri ile güvenlik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kapsam

Araştırmanın evreni, Çankırı Şehirlerarası Terminal İşletmesi (ÇAŞTİ)'nde faaliyet gösteren otobüs firmaları ile seyahat eden Çankırı Karatekin Üniversitesi öğrencileridir. Araştırma kapsamında Çankırı-Ankara, Çankırı-İstanbul güzergâhlarında karşılıklı yolcu taşımacılığı yapan büyük otobüs firmaları araştırmaya dahil edilmiştir. ÇAŞTİ' de faaliyet gösteren ve sadece haftanın belirli günlerinde sınırlı sayıda sefer düzenleyen diğer küçük firmalar ile ilçe belediye ve halk otobüsleri araştırmaya dahil edilmemiştir. Araştırmanın örneklemini araştırmaya katılmayı kabul eden 424 öğrencidir.

Yöntem

Araştırmanın verilerini elde etmek amacıyla anket tekniğine başvurulmuştur. Anket formunun hazırlanmasında Duman, Ayduğan ve Koçuk (2007), Yılmaz (2012), Koçoğlu ve Aksoy (2012), Özdiçiner ve Ceylan (2016) ile Aliçavuşoğlu ve Gürbüz (2017) araştırmalarında kullandıkları ölçeklerden yararlanılmıştır. Duman, Ayduğan ve Koçak (2007) tarafından Mersin'de yapılan araştırmada karayolu hizmet kalitesi algısını yazıhane-servis-terminal hizmetleri, seyahat süresinde alınan hizmetler ve mola yeri hizmetleri olmak üzere üç temel boyutun belirlediği saptanmıştır. Yılmaz (2012) tarafından Nevşehir'de yapılan araştırmada hizmet kalite algısını yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeline ilişkin hususlar, otobüslere ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar, güvenilirlik ile ilgili hususlar, şehir içi servis araçları ve görevlilerine ilişkin hususlar, mola ile ilgili hususlar ve yer ayırma, bilet satın alma ve bagaja ilişkin hususlar olmak üzere üç temel faktörün belirlediği saptanmıştır. Koçoğlu ve Aksoy (2012) tarafından Zonguldak'ta yapılan araştırmada hizmet kalite algısını nezaket, fiziki unsurlar, güvenilirlik, heveslilik ve yeterlilik olmak üzere beş temel faktörün belirlediği saptanmıştır. Özdiçiner ve Ceylan (2016) tarafından şehirlerarası hizmet veren bir ulaşım işletmesinin yolcularının hizmet kalite algılarının ölçülmesinin amaçlandığı araştırmalarında hizmet kalitesi tek boyutta ölçülmüştür. Aliçavuşoğlu ve Gürbüz (2017) tarafından Tokat'ta yapılan araştırmada hizmet kalite algısını personel tutum ve davranışları, fiziki unsurlar ve zamanında hizmet hususları olmak üzere üç temel boyutun belirlediği saptanmıştır. Yapılan araştırmada hizmet kalitesi algısını hizmet, personel, servis, heveslilik ve güvenlik olmak üzere beş temel faktörün belirlediği saptanmıştır. Ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizleri tablo 1 de verilmiştir. Anket formu iki bölümden oluşmuştur, ilk bölümde öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili sorular sorulmuştur, ikinci bölümde ise ulaşım işletmelerine yönelik hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik 28 ifade 5 boyuttan oluşan Hizmet Kalite Ölçeği ile öğrencilerin davranışsal niyetlerinin belirlenmesine yönelik davranışsal niyetlerin ölçümü konusunda yaygın olarak kullanılan ölçek Zeithaml vd.'nin (1996) kullandığı davranışsal niyetler ölçeği kullanılmıştır. Öğrencilerin ulaşım işletmelerine yönelik genel memnuniyetini belirlemeye yönelik bir ifade kullanılmıştır. Ölçekte yer alan maddeler beşli Likert türünde 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklindedir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler IBM SPSS 22 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir.

Tablo 1: Araştırmada Kullanılan Ölçekler

Ölçek / Boyut	Madde Sayısı	Cronbach Alpha Katsayısı	Ortalama	Standart Sapma	KMO
Hizmet Kalitesi Ölçeği	28	,950	3,2395	,79157	,926
Hizmet Boyutu	10	,907	3,3118	,86896	
Servis Boyutu	6	,870	3,0920	,98194	
Personel Boyutu	5	,871	3,4726	,97854	
Tablo 1'in devamı					
Heveslilik Boyutu	4	,829	3,1415	,98272	
Güvenlik Boyutu	3	,734	3,0354	,97435	
Davranışsal Niyet	7	,881	3,0027	,98138	
Memnuniyet	1	-	3,2395	,79157	

Tablo 1'e göre ölçekte kullanılan 28 madde için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı 0,950 olarak hesaplanmıştır. Bu da ölçeğin yüksek derecede güvenilir bir ölçek ($0,80 \leq \alpha < 1,00$) olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2013, s. 280; Can, 2013, s. 343).

Bulgular

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilere İlişkin Demografik Özellikler

Demografik Özellikler	Kategori	n	%
Cinsiyet	Erkek	235	55,4
	Kadın	189	44,6
Yaş	17 – 20 Yaş Arası	150	35,4
	21 – 22 Yaş Arası	176	41,5
	23 Yaş ve Üzeri	98	23,1
Sınıf	1. Sınıf	108	25,5
	2. Sınıf	115	27,1
	3. Sınıf	112	26,4
	4. Sınıf	89	21,0

Tablo 2'ye göre araştırmaya katılan öğrencilerin %55,4 (235 kişi)'ü erkek, %44,6 (189 kişi)'sı kadındır. Öğrencilerin yaş dağılımlarına bakıldığında 21-22 yaş grubunun %41,5 (176 kişi) ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu grubu büyüklüklerine göre sırası ile 17-20 yaş arası grup %35,4 (150 kişi) ile 23 yaş ve üzeri grubun %23,1 (98 kişi) izlediği görülmektedir. Öğrencilerin okudukları sınıflara göre dağılımlarına bakıldığında %27,1 (115 kişi) ile ikinci sınıf öğrencilerinin en büyük grubu oluşturdukları görülmektedir. Bu grubu büyüklüklerine göre sırası ile üçüncü sınıf öğrencileri %26,4 (112 kişi), birinci sınıf öğrencileri %25,5 (108 kişi) ve dördüncü sınıf öğrencilerinin %21,0 (89 kişi) izlediği görülmektedir.

Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Faktör analizi, birbiri ile ilişkili çok sayıdaki değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getirerek ölçmeyi az sayıda faktörle açıklamayı amaçlayan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kalaycı, 2014, s. 321; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 177). Hizmet Kalite Ölçeğinin faktör analizine uygunluğunu test etmek için öncelikle KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ve Bartlett testlerinin sonuçlarına bakılmıştır. Araştırmada örneklem yeterliliğini temsil eden KMO oranı 0,926 olarak belirlenmiştir. Bartlett Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) sonucunda ise anlamlılık değeri $p=0,000 < 0,05$ olarak belirlenmiştir. Test sonucunun anlamlı olması, veriler arasında ilişki olduğunu ifade etmektedir. Faktör sayısının

belirlenmesinde Kaiser ölçütü temel alınmıştır. Bu ölçüte göre öz değeri (eigenvalue) 1'den büyük olan faktörler temel alınmakta, öz değeri 1 den küçük olan faktörler dikkate alınmaz böylece kaç faktörlü bir yapının ortaya çıktığı saptanmaktadır (Kalaycı, 2014, s. 322;). Bu araştırmada veri derleme aracının faktör yapısını görmek için faktörlerin döndürülmesinde dik döndürme yöntemi olan Varimax yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda 28 maddeden oluşan ve özdeğeri 1'den büyük olan beş faktör olduğu görülmüştür. Bu faktörler, toplam varyansın % 64,90'ını açıklamıştır. Belirlenen faktörlere ait adlandırmalar, özdeğer ve varyans yüzdelerine ilişkin değerler Tablo 3' te gösterilmiştir. Tablo 3'e göre hizmet kalite ölçeğine ilişkin boyutların hizmet boyutu, personel boyutu, servis boyutu, heveslilik boyutu ve güvenlik boyutu olarak adlandırıldığı görülmektedir.

Tablo 3. Faktör Yükleri, Ortak Varyans Değerleri, Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Faktör	Madde	Faktör Yük Değeri				Ortalama	Standart Sapma
Hizmet Boyutu	1	,765				3,4811	1,11708
	2	,738				3,5590	1,15524
	3	,660				3,5425	1,07104
	4	,652				3,2241	1,12537
	5	,646				3,4292	1,04946
	6	,577				3,3278	1,19240
	7	,548				3,2028	1,34442
	8	,529				3,4717	1,21229
	9	,458				3,2736	1,14469
	10	,405				3,4811	1,11708
Servis Boyutu	1	,811				3,2146	1,21210
	2	,799				3,2547	1,20920
	3	,741				2,9599	1,29403
	4	,640				3,0637	1,25221
	5	,552				3,3915	1,18203
	6	,518				2,6675	1,40424
Personel Boyutu	1	,771				3,5236	1,25078
	2	,768				3,8255	1,26143
	3	,724				3,3774	1,16856
	4	,690				3,2854	1,18149
	5	,405				3,3514	1,15944
Heveslilik Boyutu	1	,811				3,2099	1,18533
	2	,650				3,1274	1,22727
	3	,610				3,0165	1,33234
	4	,589				3,2123	1,07507
Güvenlik Boyutu	1	,739				2,9528	1,29105
	2	,583				3,1297	1,15456
	3	,553				3,0236	1,34020
Öz Değerler		12,30	1,81	1,51	1,33	1,24	
Açıklanan Varyans % si		43,91	6,46	5,38	4,75	4,41	

Tablo 4. Hizmet Kalite Ölçeği Boyutlarının Maddeleri Dağılımı, Ortalaması ve Standart Sapması

Boyut	İfade	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Ort.	s.s.
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
HİZMET BOYUTU	Firma otobüsleri görsel olarak çekici ve otobüslerin içi bakımlı ve temizdir.	33	7,8	34	8,0	117	27,6	143	33,7	97	22,9	3,56	1,16
	Firma otobüsleri yenidir ve modern ekipmana sahiptir.	27	6,4	38	9,0	108	25,5	180	42,5	71	16,7	3,54	1,07
	Firma otobüsleri çekici bir yolculuk ortamına(ısı, havalandırma, anons sistemi vb.) sahiptir.	31	7,3	37	8,7	134	31,6	141	33,3	81	19,1	3,48	1,12
	Bilet ayırma ve rezervasyon işlemleri hatasız bir şekilde yapılmaktadır.	44	10,4	52	12,3	62	14,6	192	45,3	74	17,5	3,47	1,21
	Firma otobüsleri hareket ve varış saatlerine uymaktadır.	29	6,8	40	9,4	129	30,4	172	40,6	54	12,7	3,43	1,05
	Firma otobüslerinde sunulan yan hizmetler (wifi, usb, şarj, koltuk arkası ekran) yeterlidir.	44	10,4	53	12,5	116	27,4	142	33,5	69	16,3	3,33	1,19
	Bagaj işlemleri sorunsuz şekilde yürütülmektedir.	42	9,9	49	11,6	144	34,0	129	30,4	60	14,2	3,27	1,14
	Firma yazıhanesi temiz ve bakımlıdır.	41	9,7	56	13,2	146	34,4	129	30,4	52	12,3	3,22	1,13
	Yolculuk esnasında yapılan ikramlar çeşit ve kalite olarak yeterlidir.	75	17,7	50	11,8	86	20,3	140	33,0	73	17,2	3,20	1,34
	Bilet fiyatları diğer firmalara göre daha uygundur.	118	27,8	93	21,9	89	21,0	86	20,3	38	9,0	2,61	1,32
SERVİS BOYUTU	Şehir içi servis görevlisinin sizi götürmek istediğiniz yere yönlendirme kabiliyeti yüksektir.	46	10,8	33	7,8	128	30,2	143	33,7	74	17,5	3,39	1,18
	Firmanın şehir içi servis güzergah ve durakları yeterlidir.	45	10,6	65	15,3	120	28,3	125	29,5	69	16,3	3,25	1,21
	Firmanın şehir içi servis hizmetleri zamanında hareket etmektedir.	49	11,6	52	12,3	158	37,3	89	21,0	76	17,9	3,21	1,21
	Firmanın şehir içi servis araçlarının sayısı yeterlidir.	64	15,1	64	15,1	140	33,0	93	21,9	63	14,9	3,06	1,25
	Firmanın şehir içi servis hizmetleri sıklıkla hareket etmektedir.	71	16,7	87	20,5	117	27,6	86	20,3	63	14,9	2,96	1,29
	Firmanın şehir içi servis hizmetleri konforludur.	136	32,1	54	12,7	98	23,1	87	20,5	49	11,6	2,67	1,40

Tablo 4'ün devamı

PERSONEL BOYUTU	Bilet ve rezervasyon görevlileri yolculara karşı güler yüzlü ve nezaketlidir.	42	9,9	24	5,7	56	13,2	146	36,8	156	36,8	3,93	1,26
	Bilet ve rezervasyon görevlileri rezervasyon ve bilet işlemlerini hızlı bir şekilde gerçekleştirmektedir.	50	11,8	32	7,5	84	19,8	162	38,2	96	22,6	3,52	1,25
	Bilet ve rezervasyon görevlileri yolcuları doğru şekilde bilgilendirmektedir.	43	10,1	33	7,8	146	34,4	125	29,5	77	18,2	3,38	1,17
	Şoförler, muavinler, host ve hostesler yolculara karşı güler yüzlü ve nezaketlidir.	39	9,2	53	12,5	118	27,8	148	34,9	66	15,6	3,35	1,16
	Şoförler, muavinler, host ve hostesler iyi giyimli ve zarif görünümündür.	40	9,4	67	15,8	114	26,9	138	32,5	65	15,3	3,29	1,18
	Firma çalışanları yolculara her zaman yardım etmede isteklidir.	38	9,0	50	11,8	165	38,9	126	29,7	45	10,6	3,21	1,08
HEVESLİLİK BOYUTU	Bilet ve rezervasyon görevlileri yolcuların sorunlarına karşı ilgilidir.	46	10,8	55	13,0	156	34,8	98	23,1	69	16,3	3,21	1,19
	Firma çalışanları yolcuların şikâyetlerini dikkate almaktadır.	53	12,5	77	18,2	116	27,4	119	28,1	59	13,9	3,13	1,23
	Şoförler, muavinler, host ve hostesler seyahat esnasında yolcuların özel ihtiyaçlarına ilgi gösterir.	82	19,3	72	17,7	81	19,1	135	31,8	54	12,7	3,02	1,33
	Firma yolcularının tamamına ferdi kaza sigortası yapmaktadır.	53	12,5	45	10,6	174	41,0	98	23,1	54	12,7	3,13	1,15
GÜVENLİK BOYUTU	Firma yolcuların güvenli bir şekilde yolculuk etmesini sağlamaktadır.	74	17,5	84	19,8	93	21,9	104	24,5	69	16,3	3,02	1,34
	Firma şoförleri hız sınırlamalarına ve trafik kurallarına uyar.	87	20,5	44	10,4	153	36,1	82	19,3	58	13,7	2,95	1,29

Tablo 4'e göre hizmet boyutuna ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin "Firma otobüsleri görsel olarak çekici ve otobüslerin içi bakımlı ve temizdir" ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise "Bilet fiyatları diğer firmalara göre daha uygundur" ifadesi olduğu görülmektedir. Servis boyutuna ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin "Firmanın şehir içi servis görevlisinin sizi gitmek istediğiniz yere yönlendirme kabiliyeti yüksektir" ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise "Firmanın şehir içi servis hizmetleri konforludur" ifadesi olduğu görülmektedir. Personel boyutuna ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin "Bilet ve

rezervasyon görevlileri yolculara karşı güler yüzlü ve nezaketlidir.” ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise “Şoförler, muavinler, host ve hostesler iyi giyimli ve zarif görünümüdür.” ifadesi olduğu görülmektedir. Heveslilik boyutuna ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin “Firma çalışanları yolculara her zaman yardım etmede isteklidir” ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise “Şoförler, muavinler, host ve hostesler seyahat esnasında yolcuların özel ihtiyaçlarına ilgi gösterir” ifadesi olduğu görülmektedir. Güvenlik boyutuna ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin “Firma yolcularının tamamına ferdi kaza sigortası yapmaktadır” ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise “Firma şoförleri hız sınırlamalarına ve trafik kurallarına uyar” ifadesi olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Davranışsal Niyet Ölçeği Maddeleri Dağılımı, Ortalaması ve Standart Sapması

Boyut	İfade	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Ort.	s.s.
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
DAVRANIŞSAL NİYET ÖLÇEĞİ	Başka bir seyahatimde bu firmayı tekrar tercih etmek seçeneklerim arasında olur.	60	14,2	30	7,1	131	30,9	149	35,1	54	12,7	3,25	1,99
	Tercih ettiğim firmayı başkalarına tavsiye ederim.	72	17,0	40	9,4	113	26,7	129	30,4	70	16,5	3,20	1,30
	Bu firma hakkında fikrim sorulduğunda olumlu yorumlarda bulunacağım.	57	13,4	65	15,3	130	30,7	103	24,3	69	16,3	3,15	1,25
	Bu firmada edindiğim seyahat deneyimimi başka kişilerle paylaşmaktan mutluluk duyacağım.	77	18,2	46	10,8	130	30,7	104	24,5	67	15,8	3,09	1,31
	Kendimi firmanın sadık bir müşterisi olarak görüyorum.	74	17,5	61	14,4	151	55,6	80	18,9	58	13,7	2,97	1,26
	Diğer firmaların yaptığı fiyat indirimleri firma tercihimizi etkilemez.	100	23,6	74	17,5	94	22,2	103	24,3	53	12,5	2,85	1,36
	Firmanın ulaştırma fiyatları artsa bile müşterisi olmaya devam ederim.	137	32,3	60	14,2	107	25,2	84	19,8	34	8,0	2,57	1,33

Tablo 5’e göre davranışsal niyet ölçeğine ilişkin genel ortalaması en yüksek ifadenin “Başka bir seyahatimde bu firmayı tekrar tercih etmek seçeneklerim arasında olur” ifadesinin, genel ortalaması endüşük olan ifadenini ise “Firmanın ulaştırma fiyatları artsa bile müşterisi olmaya devam ederim” ifadesi olduğu görülmektedir.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotez 1: Öğrencilerin hizmet kalitesi algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 6'ya göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre hizmet kalite algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 6. Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Hizmet Kalitesi Ölçeği Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Hizmet Kalitesi Ölçeği	Cinsiyet	Erkek	235	3,2609	,79598	,623	,534	-
		Kadın	189	3,2128	,78734			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,1902	,84771	,523	,593	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,2802	,76170			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,2416	,75834			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,2841	,90107	,211	,899	-
		2. Sınıf ^b	115	3,2472	,65243			
		3. Sınıf ^c	112	3,2187	,90949			
		4. Sınıf ^d	89	3,2014	,65215			

Hipotez 1a: Öğrencilerin hizmet boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 7: Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Hizmet Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Hizmet Boyutu	Cinsiyet	Erkek	235	3,3319	,84901	,528	,598	-
		Kadın	189	3,2868	,89477			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,2820	,93522	,300	,741	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,3506	,82953			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,2878	,83854			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,3843	,94386	,613	,607	-
		2. Sınıf ^b	115	3,3461	,76826			
		3. Sınıf ^c	112	3,2545	,97702			
		4. Sınıf ^d	89	3,2517	,74956			

Tablo 7'ye göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre hizmet boyutu algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Hipotez 1b: Öğrencilerin servis boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Servis Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Servis Boyutu	Cinsiyet	Erkek	235	3,0858	,97820	-,144	,886	-
		Kadın	189	3,0996	,98911			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,0678	,98594	,200	,819	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,1278	,98894			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,0646	,97113			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,1636	1,02132	,314	,816	-
		2. Sınıf ^b	115	3,0884	,86696			
		3. Sınıf ^c	112	3,0744	1,09367			
		4. Sınıf ^d	89	3,0318	,93470			

Tablo 8'e göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre servis boyutu algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Hipotez 1c: Öğrencilerin personel boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 9: Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Personel Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Personel Boyutu	Cinsiyet	Erkek	235	3,3277	,90112	-,135	,893	-
		Kadın	189	3,3397	,92389			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,3853	1,01402	,932	,395	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,5261	,93038			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,5102	1,00806			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,4574	1,07410	,053	,984	-
		2. Sınıf ^b	115	3,4678	,77996			
		3. Sınıf ^c	112	3,5036	1,13550			
		4. Sınıf ^d	89	3,4584	,88534			

Tablo 9'a göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre personel boyutu algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Hipotez 1d: Öğrencilerin heveslilik boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 10. Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Heveslilik Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Heveslilik Boyutu	Cinsiyet	Erkek	235	3,1883	,98271	1,093	,275	-
		Kadın	189	3,0833	,98222			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,0933	1,00567	,304	,738	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,1577	,97523			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,1862	,96745			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,1412	1,02667	,235	,872	-
		2. Sınıf ^b	115	3,2022	,88351			
		3. Sınıf ^c	112	3,1161	1,08009			
		4. Sınıf ^d	89	3,0955	,93276			

Tablo 10'a göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre heveslilik boyutu algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir

Hipotez 1e: Öğrencilerin güvenlik boyutu algısı demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 11. Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Güvenlik Boyutu Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Güvenlik Boyutu	Cinsiyet	Erkek	235	3,0468	,93735	267	,790	-
		Kadın	189	3,0212	1,02083			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	2,9333	1,01517	1,318	,269	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,1042	,91333			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,0680	1,01304			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,0926	1,04104	,682	,564	-
		2. Sınıf ^b	115	2,9275	,84441			
		3. Sınıf ^c	112	3,0506	1,06280			
		4. Sınıf ^d	89	3,0861	,93545			

Tablo 11'e göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre güvenlik boyutu algılamalarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Hipotez 2: Öğrencilerin davranışsal niyetleri demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 12. Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Davranışsal Niyetleri Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Davranışsal Niyet	Cinsiyet	Erkek	233	2,9902	,96822	-,290	,772	-
		Kadın	189	3,0181	,99973			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	2,9648	1,04310	,201	,818	-
		21 – 22 Yaş Arası ^b	174	3,0131	,92713			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,0423	,98574			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,0265	1,07742	,124	,946	-
		2. Sınıf ^b	115	2,9727	,88850			
		3. Sınıf ^c	110	2,9792	1,06919			
		4. Sınıf ^d	89	3,0417	,86795			

Tablo 12'ye göre öğrencilerin cinsiyetleri, yaşları ve okudukları sınıflara göre davranışsal niyetlerinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Hipotez 3: Öğrencilerin memnuniyetleri demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş ve kaçınıcı sınıfta oldukları) göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Tablo 13: Öğrencilerin Demografik Özellikleri İle Memnuniyetleri Arasındaki Farklılığa İlişkin T-Testi ve Anova Testi Sonuçları

Ölçek / Boyut	Değişken	Grup	n	Ortalama	Standart Sapma	F/t	p	Tukey HSD
Memnuniyet	Cinsiyet	Erkek	235	3,3702	,99741	,569	,570	-
		Kadın	189	3,3175	,90786			
	Yaş	17 – 20 Yaş Arası ^a	150	3,1867	1,00593	3,380	,035	b ile a c ile a
		21 – 22 Yaş Arası ^b	176	3,4148	,95834			
		23 Yaş ve Üzeri ^c	98	3,4694	,85197			
	Okunulan Sınıf	1. Sınıf ^a	108	3,1481	1,08356	2,702	,045	d ile a
		2. Sınıf ^b	115	3,3826	,86433			
		3. Sınıf ^c	112	3,3571	1,04715			
		4. Sınıf ^d	89	3,5281	,73993			

Tablo 13'e göre öğrencilerin ulaştırma işletmelerine yönelik genel memnuniyetleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Öğrencilerin yaşları ve okudukları sınıflara göre genel memnuniyetleri anlamlı bir farklılık göstermiştir. Anlamlı farklılığın düşük yaş grubu ile diğer yaş grupları arasında olduğu görülmektedir. 23 yaş ve üzeri grubun genel memnuniyet düzeylerinin en yüksek olduğu görülmektedir. Okunulan sınıfa göre ise anlamlı farklılığın dördüncü sınıf ile birinci sınıf öğrencileri arasında olduğu görülmektedir. Dördüncü sınıf öğrencilerinin genel memnuniyet düzeylerinin diğer sınıflara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Hipotez 4: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4a: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile hizmet boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4b: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile servis boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4c: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile personel boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4d: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile heveslilik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 4e: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile güvenlik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 14. Davranışsal Niyet Hizmet Kalitesi Algısı İlişkisi

Pearson Korelasyon Matrisi		Hizmet Kalitesi	Hizmet Boyutu	Servis Boyutu	Personel Boyutu	Heveslilik Boyutu	Güvenlik Boyutu
Davranışsal Niyet	Pearson	765**	688**	570**	664**	642**	595**
	Correlation	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	Sig. (2-tailed)						
	N	424	424	424	424	424	424

Tablo 14'e göre öğrencilerin davranışsal niyetleri ile hizmet kalitesi algılamaları, hizmet boyutu, servis boyutu, personel boyutu, heveslilik boyutu ve güvenlik boyutu arasında doğru yönlü (pozitif) anlamlı yüksek, orta, orta, orta, orta ve orta bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 5: Öğrencilerin davranışsal niyetleri ile memnuniyetleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 15. Memnuniyet Davranışsal Niyet İlişkisi

Pearson Korelasyon Matrisi		Davranışsal Niyet
Memnuniyet	Pearson Correlation	633**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	424

Tablo 15'e göre öğrencilerin davranışsal niyetleri ile genel memnuniyetleri arasında doğru yönlü (pozitif) anlamlı orta bir ilişki bulunmuştur.

Hipotez 6: Öğrencilerin memnuniyetleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6a: Öğrencilerin memnuniyetleri ile hizmet boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6b: Öğrencilerin memnuniyetleri ile servis boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6c: Öğrencilerin memnuniyetleri ile personel boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6d: Öğrencilerin memnuniyetleri ile heveslilik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotez 6e: Öğrencilerin memnuniyetleri ile güvenlik boyutu algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 16. Memnuniyet Hizmet Kalitesi Algısı İlişkisi

Pearson Korelasyon Matrisi		Hizmet Kalitesi	Hizmet Boyutu	Servis Boyutu	Personel Boyutu	Heveslilik Boyutu	Güvenlik Boyutu
Memnuniyet	Pearson Correlation	489**	423**	349**	480**	414**	381**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	424	424	424	424	424	424

Tablo 16'ya göre öğrencilerin memnuniyetleri ile hizmet kalitesi algılamaları, hizmet boyutu, servis boyutu, personel boyutu, heveslilik boyutu ve güvenlik boyutu arasında doğru yönlü (pozitif) anlamlı zayıf, zayıf, zayıf, zayıf, zayıf ve zayıf bir ilişki bulunmuştur.

Tablo 17: Hipotez Sonuç Tablosu

HİPOTEZ			SONUÇ
Hipotez 1	Hipotez 1a	Reddedildi	Reddedildi
	Hipotez 1b	Reddedildi	
	Hipotez 1c	Reddedildi	
	Hipotez 1d	Reddedildi	
	Hipotez 1e	Reddedildi	
Hipotez 2	Hipotez 2	Reddedildi	Reddedildi
Hipotez 3	Hipotez 3	Kısmen Kabul Edildi	Kısmen Kabul Edildi
Hipotez 4	Hipotez 4a	Kabul Edildi	Kabul Edildi
	Hipotez 4b	Kabul Edildi	
	Hipotez 4c	Kabul Edildi	
	Hipotez 4d	Kabul Edildi	
	Hipotez 4e	Kabul Edildi	
Hipotez 5	Hipotez 5	Kabul Edildi	Kabul Edildi
Hipotez 6	Hipotez 6a	Kabul Edildi	Kabul Edildi
	Hipotez 6b	Kabul Edildi	
	Hipotez 6c	Kabul Edildi	
	Hipotez 6d	Kabul Edildi	
	Hipotez 6e	Kabul Edildi	

Tablo 17'ye göre hipotez 1 ve alt hipotezleri Reddedilmiştir. Hipotez 2 reddedilmiştir. Hipotez 3 kısmen Kabul edilmiştir. Hipotez 4, hipotez 5, hipotez 6 ve bu hipotezlerin alt hipotezleri Kabul edilmiştir.

Sonuç

Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin şehirlerarası otobüs işletmelerinin hizmet kalitesi ve hizmet kalitesi boyutlarına (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) yönelik algılamaları ile davranışsal niyetlerinin öğrencilerin cinsiyetlerine, yaşlarına ve öğrenim durumlarına göre anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür. Öğrencilerin otobüs işletmelerine yönelik genel memnuniyet düzeyleri öğrencilerin yaşlarına ve öğrenim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermiştir. Öğrencilerin cinsiyetleri ile otobüs işletmelerine yönelik genel memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Araştırma sonuçları müşterilerin demografik özellikleri ile hizmet kalitesi algısı arasındaki anlamlı farklılıkları araştıran araştırma sonuçlarına Açıcaşoğlu ve Gürbüz, 2017; Özdiçiner ve Ceylan 2017; Uslu, 2013; Koçoğlu ve Aksoy, 2012; Seçilmiş vd., 2011, benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmada ayrıca hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve müşteri memnuniyeti, arasında ilişkili olduğunu ortaya koyan araştırmalara (Dağdeviren vd., 2018; Dağdeviren vd., 2017; Özdemir ve Temizel, 2017; Yapraklı ve Ünalın, 2016; Güven ve Sarışık, 2014, Yılmaz, 2012; Arlı, 2012; Kitapçı vd., 2011; Duman, Ayduğan ve Koçak 2007; González ve Brea, 2005, benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlar literatürü destekler niteliktedir. Yoğun rekabet, işletmelerin müşterilerinin hizmet kalite algısını sürekli takip etmek ve buna göre düzenlemeler yapmasını gerektirmektedir. Araştırmada hizmet kalitesinin ölçümü ve hizmet kalitesinin öğrencilerin memnuniyetine ve davranışsal niyetlerine etkisi incelenmiştir. Bu araştırmada iki adet karayolu ulaştırma işletmesi örnek alınmış olup genellenebilir sonuçlara ulaşmak için daha fazla ulaştırma işletmesinin araştırmaya dahil edilmesi önerilmektedir. Ayrıca karayolu ulaştırma işletmelerinden farklı olarak havayolu, demiryolu, denizyolu ulaştırma işletmelerinde bu ölçümler uygulanıp kıyaslamalar yapılabilir.

Kaynakça

- Aliçavuşoğlu, Ç. ve Gürbüz, A. (2017). Yerel ulaşım hizmetlerinde hizmet kalite boyutlarının değerlendirilmesi. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 74-86.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı* (Yedinci Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arlı, E. (2012). Yat limanı işletmeciliğinde algılanan hizmet kalitesi faktörlerinin tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (1), 19-32.
- Can, A. (2013). *Spss ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çokluk, Ö., Şekercioglu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik spss ve lirselle uygulamaları* (İkinci Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Dağdeviren, A., Kara, M. ve Özdemir, H. (2018). çavundur termal konaklama tesislerinde algılanan hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyetler. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (Jshsr)*, 5(30), 4435-4442. <https://doi.org/10.26450/jshsr.916>
- Dağdeviren, A., Özdemir, H. ve Özdemir, S.N. (2017). Termal konaklama işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi ve davranışsal niyet ilişkisi üzerine bir araştırma kırşehir ili örneği. Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi (IASOS), 21-23 Eylül 2017 Uşak/Türkiye.
- Demirel, H. S. (2014). *Gölbaşı ortaöğretim kurumları pansiyonlarında kalan öğrencilerin hizmet kalitesi algı düzeyleri*, Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Duman, T., Aydoğan, P. ve Koçak, G. N. (2007). Karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerinde hizmet kalitesi, hizmet değeri, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), 151-177.
- Eleren, A., Bektaş, Ç. ve Görmüş, A.Ş. (2007). Hizmet sektöründe hizmet kalitesinin servqual yöntemi ile ölçülmesi ve hazır yemek işletmesinde bir uygulama. *Finans Politika & Ekonomik Yorumlar*, 44 (514): 75-88.
- González, M. E. A. ve Brea, J. A. F. (2005). An investigation of the relationship among service quality, customer satisfaction and behavioural intentions in Spanish health spas. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 13(2), 67-90. https://doi.org/10.1300/j150v13n02_06
- Güven, E.Ö. ve Sarıışık, M. (2014). Konaklama hizmetlerinde davranışsal niyeti etkileyen hizmet kalitesi boyutları, *İşletme Bilimi Dergisi*, 2 (2), 21-51.
- Kalaycı, Ş. (2014). Faktör analizi. Kalaycı, Ş. (Ed.). (2014). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri içinde* (s. 321-331). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kitapçı, H., Yıldırım, A. ve Çömlek, O. (2011). Grönross modeline göre bankacılıkta hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti, sadakati ve davranışsal niyete etkisi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (26): 177-195.
- Koçoğlu, C. M. ve Aksoy, R. (2012). Hizmet kalitesinin servperf yöntemi ile ölçülmesi: Otobüs işletmeleri üzerinde bir uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 29, 1-20.
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları teknikler ve (spss destekli) uygulamalar* (İkinci Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Özdemir, S.N. ve Temizel G. (2017). Termal Turizmde Ev Pansiyonculuğu Eğilimi: Kızılcacahamam Örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4 (4): 66-84.

-
- Özdipçiner, N. S. ve Ceylan, S. (2017). Şehirlerarası yolcu taşımacılığında hizmet kalitesi ve bir uygulama. *Social Sciences (NWSASOS)*, 12(2), 63-77. <https://doi.org/10.12739/nwsa.2017.12.2.3c0158>
- Seçilmiş, C., Kaşlı, M., Kılıçlar, A. ve Sarı, Y. (2011). Demiryolu hizmetlerindeki kalitenin ödenen ücret açısından müşteri tatminine etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(4), 573-586.
- Turan, A. (2014). *Kamu sektöründe hizmet kalitesi: istanbul vergi daireleri üzerinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi* (Dördüncü baskı). Ankara: Detay Yayıncılık
- Uslu, A. (2013). ankara şehirlerarası terminal işletmesi hizmet kalitesinin servperf yöntemi ile ölçülmesi. *Yeni fikir dergisi*, 2013 (10), 67-86.
- Yapraklı, Ş. ve Ünal, M. (2016). Karayolu yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçülmesi ve hizmet kalitesinin müşteri sadakatine etkisi: bir uygulama. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 115-130.
- Yılmaz, İ. (2012). Turizm öğrencilerinin karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerine yönelik algılamaları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1), 73-85.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. ve Berry, L. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal Of Marketing*, 60(2), 31-46. <https://doi.org/10.2307/1251929>