

---

## Kuruma Bağlılığı Etkileyen Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modelleriyle Araştırılması: Özel ve Devlet Bankası Örneği

### Investigation of the Factors Affecting Loyalty to Organization through The Structural Equation Modeling: Example from Private and Public Banks

Veysel YILMAZ\*  
H. Eray ÇELİK\*\*  
Erdoğan H. EKİZ\*\*\*

**Öz:** Çalışma, özel ve devlet bankası müşterilerinin sunulan hizmetlerden memnuniyetleri ile bankaya bağlılıklarını arasındaki ilişkiyi bir model yardımıyla betimlemek amacıyla tasarlanmıştır. Bu amaçla, Eskişehir’de bir devlet bankası ve bir özel banka müşterileri arasından rassal olarak seçilen sırasıyla 250 ve 100 müşteriye 37 önermeyi içeren bir anket uygulanmıştır. Analiz sonucunda devlet bankaları için bankaların hevesliliği ve yeterliliğinin, özel bankalar için ise duyarlılık ve yeterliliğin kuruma bağlılığı artıran önemli faktörler olduğu, ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca bulgular tartışılmış ve banka yöneticilerine öneriler sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Banka Müşterileri, Memnuniyet, Bankaya Bağlılık, Yapısal Eşitlik Modeli, Lisrel.

**Abstract:** This study is designed to find out the relationship between public and private bank customers’ service quality perceptions and their loyalty to their banks through the use of a research model. To serve this purpose, 250 public and 100 private bank customers are requested to fill out a 37-item questionnaire. Empirical results revealed that while responsiveness and reliability are perceived to be the most influential factors increasing loyalty to the public banks, empathy and reliability are reported in the private banks. Discussion of the results, implications to the bank managers are also presented.

**Key words:** Bank Customers, Satisfaction, Loyalty to Bank, Structural Equation Model, Lisrel.

---

\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü, Eskişehir, E-Mail: vyilmaz@ogu.edu.tr; 0222 239 37 50 (2105)

\*\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü, Eskişehir, E-mail: ecelik@ogu.edu.tr. 0222 239 37 50 (2105)

\*\*\* Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, İİBF, Turizm ve Otelcilik Bölümü, Lefkoşa. E-Mail: erdogan@ciu.edu.tr.

## 1. GİRİŞ

Mevduattan güvencenin kalkmak üzere olduğu Türkiye Cumhuriyeti bankacılık sektöründe artık serbest rekabet koşullarının işlemesi beklenmektedir. Malın hizmet olduğu bankacılık sektöründe hizmetin müşteriler tarafından nasıl algılandığının bilinmesi çok önemlidir. Bu nedenle bankaların hayatta kalabilmek ve rekabet edebilmek için sundukları hizmetlerde müşteri odaklı olmalarına eskiye oranla daha fazla özen göstermeleri gerekmektedir. Bu yüzden de bankaların müşteri memnuniyetini sürekli ölçerek memnuniyetsizliğin ortaya çıktığı hizmetlerde iyileştirmelere gitmeleri kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmektedir.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde banka hizmetlerinden duyulan memnuniyet ve şikayet araştırmalarının ülkelerin kendine özgün bankacılık sistemlerine göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Methlie ve Nysveen (1999) çalışmalarında online bankacılık hizmetlerinden memnuniyet ve kuruma bağlılık ile ilgili bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada yazarlar bankanın ünü ve faiz politikalarının müşteri memnuniyetinde önemli faktörler olduğunu belirlemişlerdir. Colgate ve Hedge (2001) Avustralya ve Yeni Zelanda banka müşterilerinin şikayet problemlerini incelemişler ve servis kalitesinin önemli şikayet unsuru olduğunu ortaya koymuşlardır. Snellman ve Vithkari (2003) çalışmalarında bankaların teknoloji tabanlı servis sistemlerine ilişkin müşteri şikayetlerini incelemişlerdir. Bankaların teknoloji tabanlı servis sistemlerini iyileştirdikçe müşteri şikayetlerinin azaldığını bulmuşlardır. Zhou (2004) çalışmasında bankaların servis kalitesi ve müşteri memnuniyetine ilişkin performanslarını ölçmeye çalışmıştır ve servis kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasında önemli ilişkilerin olduğunu belirlemiştir. Laforet ve Li (2005) Çin'e özgü mobil ve online bankacılık hizmetlerine karşı tüketici tutumlarını incelemişlerdir. Çalışmada bankalara karşı memnuniyette cinsiyetin, yaşın, eğitim düzeyinin etkili unsurlar olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışmada özellikle devlet ve özel bankacılık hizmetlerine duyulan memnuniyet bir ölçme aracılığıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Ölçülen memnuniyet boyutlarından hareketle müşterilerin devlet ve özel bankacılık hizmetlerden memnuniyetleri ile bankaya bağlılıkları arasındaki ilişki karşılaştırılmalı bir model yardımıyla açıklanmıştır.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. SERVQUAL Boyutları

Araştırmada SERVQUAL (servis kalitesi) ölçüm metodunda kullanılan hizmet ölçüm faktörleri yer almaktadır. Çalışmada hizmet kalitesinin şube müdürü, şefler veya vezne sorumluları tarafından değil, o şubenin müşterileri tarafından belirlendiği varsayılmıştır. SERVQUAL, mükemmel hizmet kalitesini sağlamanın anahtarının müşterilerin beklentilerini tam olarak karşılamak veya beklentilerinin üstüne çıkmak olduğunu savunan bir ölçüm metodudur (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985 ve 1988, Newman ve Cowling, 1996, Karın, 2001). Hizmet kalitesini tanımlamaya, hizmet kalitesi sorunlarının nedenlerini belirlemeye ve hizmet kalitesi ölçümüne ilişkin olarak Parasuraman, Zeithaml ve Berry ta-

rafından yapılan çalışma, yöneticilerle derinlemesine görüşmelere ve dört sektördeki (kredi kartları, bankacılık, komisyonculuk, ve tamir hizmetleri) tüketicilerle yürütülen on iki grup tartışmasına dayanmaktadır. Bu çalışmalar sonucunda hizmet kalitesini belirleyen on boyut belirlenmiştir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Daha sonra Parasuraman ve arkadaşları uyguladıkları anketleri faktör analizi ile değerlendirerek, hizmet kalitesini belirleyen on boyutu beş boyuta indirgeyerek SERVQUAL adını verdikleri bir hizmet kalite ölçüm aracı olan anketi geliştirmişlerdir. Ankette yer alan bu beş boyut şöyledir: fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, duyarlılık ve yeterlilik (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988).

1. **Fiziki Görünüm:** Binaların, kullanılan teçhizatların, iletişim malzemelerinin ve personelin fiziksel görünümüdür.
2. **Güvenilirlik:** Vaat edilen hizmeti doğru olarak zamanında yerine getirme yeteneği, servis elemanı hizmeti bir kerede ve doğru olarak yapmasıdır.
3. **Heveslilik:** Müşterilere yardım etme, hızlı hizmet verme istekliliği ve işin zamanında bitirilmesidir.
4. **Duyarlılık:** Müşteri ile doğrudan ilişki kuran personelin nazik, saygılı, düşünceli ve samimi olması ve bir personelin gerektiğinde arkadaşa yol gösteren bir tavır sergilemesidir.
5. **Yeterlilik:** Servis personelinin gerekli, yeterli bilgiye ve yeteneğe sahip olması demektir (Bozdağ vd., 2003).

Biz çalışmamızda bu boyutlara ilave olarak kuruma bağıllık boyutunu ekledik ve bu yapıyı bağımlı gizil değişken olarak tanımladık. Çalışmadaki temel amaç sözü edilen 5 hizmet boyutu ile kuruma bağıllık arasındaki ilişkiyi açıklayan bir model geliştirip uygunluğunu istatistiksel uyum ölçütleri aracılığıyla araştırmaktır. Bu amaçla çalışmada ilk önce bahsedilen SERVQUAL'in 5 boyutu ile kuruma bağıllık gizil değişkeni arasındaki ilişkiyi betimlemek için bir Yapısal Eşitlik Modeli önerilmiştir, daha sonra 0.05 anlam düzeyinde toplanan verilere dayanarak istatistiksel olarak anlamlı olmayan SERVQUAL boyutları modelden çıkartılarak kuruma bağıllığı açıklayan model belirlenmiştir. Son olarak bulunan modelin uygunluğu üç uyum kriteri göz önüne alınarak tartışılmıştır.

Müşterilere uygulanan ölçekte yer alan önermeler ortak özelliklerine göre Fiziksel Görünüm ile ilgili özellikler, Güvenirlilikle ilgili özellikler, Heveslilik ile ilgili özellikler, Güvence ile ilgili özellikler, Duyarlılıkla ilgili özellikler ve Kuruma bağıllıkla ilgili özellikler olmak üzere 6 gruba ayrılmıştır. Özelliklere ilişkin önermeler sıra numarasına göre aşağıda verilmiştir. Ayrıca önermeler topluca Tablo 1 de verilmiştir.

<b><u>Önermeler</u></b>	<b><u>Özellikler</u></b>
1, 2, 3, 4	Fiziki Görünüm (A)
5, 7, 8, 10 ,16	Güvenirlilik (B)
6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 19	Heveslilik (C)
22, 23, 24, 25, 26	Duyarlılık (D)
27, 28, 29	Kuruma bağıllık (E)

18, 30, 31, 32, 33, 34, 35

Yeterlilik (S)

**Tablo 1.SERVQUAL Ölçeğinde Yer Alan Önergeler**

*Fiziki Görünüm İle İlgili Özellikler (A)*

- A1. Bankam modern görünümlü donanıma sahiptir.
- A2. Bankamın binaları ve çalışma salonları göze hoş görünür.
- A3. Banka çalışanları iyi görünüme sahiptir.
- A4. Bankanın broşürleri açık ve kolay anlaşılır.

*Güvenilirlik İle İlgili Özellikler (B)*

- B5. Bankam verdiği sözü zamanında yerine getirir.
- B7. Bankam borç veya hesaptan fazla para çekme gibi konularda hata yapmaz.
- B8. Bankam hizmetini daha önceden söylediği zaman içinde verir.
- B10. Bankam kayıtların hatasız tutulmasında çok titizdir.
- B16. Bankamın müşterileri banka ile ilgili olan işlemlerinde kendilerini güvende hissediler.

*Heveslilik İle İlgili Özellikler (C)*

- C6. Bankam müşterinin bir sorunu olduğu zaman, sorunu çözmek için samimi ilgi gösterir.
- C11. Bankam ipoteklerin, kiralardan ve kredi kartı borçlarının anlaşılmuş son ödeme tarihlerini dolmadan önce haber verir.
- C12. Banka çalışanları uzun bekleme kuyruklarını engeller.
- C13. Banka çalışanları her zaman müşteriye yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.
- C19. Banka çalışanları son ödeme tarihi, vergiler, komisyonlar gibi finansal operasyonlara benzer önemli konularda sizi bilgilendirir.

*Duyarlılık İle İlgili Özellikler (D)*

- D22. Bankamın çalışma saatleri bütün müşterilere uygun olacak şekildedir.
- D23. Bankam her müşteriyle kişisel olarak ilgilenecek çalışanlara sahiptir.
- D24. Bankam müşterilerinin menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.
- D25. Banka çalışanları müşterilerin özel isteklerini anlar.
- D26. Bankam bana uyan en iyi sonucu sunar.

*Kuruma bağlılık İle İlgili Özellikler (E)*

- E27. Bankamın ismini çevremdekilere söylemekten gurur duyarım .
- E28. Bankamı çevremdeki insanlara tavsiye ederim.

E29. Tekrar seçim yapmak zorunda kalsam bu bankayı tercih ederim.

*Yeterlilik İle İlgili Özellikler (S)*

S18. Banka çalışanları müşterilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahiptirler.

S30. Bankamın ATM 'lerinin verdiği hizmetten memnunum.

S31. Bankamın interaktif bilgisayar hizmetinden memnunum .

S32. Bankamın kullandığı teknolojik donanım yeterlidir.

S33. Bankamın telefon bankacılığı konusunda verdiği hizmetten memnunum.

S34. Bankamın yatırım için size sunduğu fırsatlardan memnunum.

S35. Bankamın can ve mal güvenliğim konusunda verdiği hizmetten memnunum.

SERVQUAL anketini dolduran katılımcılar, her önerme için görüşlerini 1 (Hiç Katılmıyorum)'dan 5 (Tamamen Katılıyorum)'a kadar cevap ölçeği üzerinde belirtirler.

## **2.2. Yapısal Eşitlik Modelleri**

Yapısal eşitlik modelleri (YEM) gözlenen ve gözlenemeyen (gizil-latent) değişkenler arasındaki nedensel ilişkilerin sınanmasında kullanılan kapsamlı bir istatistiksel tekniktir. Özellikle ekonometri, psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve eğitim bilimlerinde değişkenler arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesinde ve kuramsal modellerin sınanmasında kullanılan sistemli bir araçtır. YEM gizil değişkenler seti arasında bir nedensellik yapısının var olduğunu ve gizil değişkenlerin gözlenen değişkenler aracılığıyla ölçülebildiğini varsayar (Yılmaz, 2004a).

Yaklaşımın önemini birkaç nedene bağlamak mümkündür. İlki, değişkenler ve kuramsal yapı arasındaki çok önemli ilişkiyi göstermesi, ikinci ise ekonometri ve psikometri gibi iki bilim dalı arasında köprü görevini görmesidir. Ekonometri, eşitliklerle ekonomi teorisinin modellenmesiyle ve neden-etki ilişkilerini yansıtmasıyla ilgilenir. Psikometri ise gözlenen değişkenlerin ölçülmesindeki gibi gizil ya da gözlenemeyen değişkenlerin ölçülmesiyle ilgilenir. İki bilim dalının ilgilendikleri bu konuların birleşmesiyle araştırmacıya gizil ve/veya gözlenen değişkenleri arasındaki nedensel ilişkileri ya da modeli elde etmeyi sağlayan çok güçlü bir yaklaşım geliştirme olanağı sağlanmış olur.

Gizil değişkenler YEM'in en önemli kavramlarından biridir ve araştırmacıların gerçekte ilgilendikleri zeka, güdü, duygu, tutum gibi soyut kavramlara ya da psikolojik yapılara karşılık gelir. Bu yapılara ancak dolaylı olarak belirli davranışlar ya da göstergeler temelinde ölçülen değişkenler yardımıyla gözlenebilir. Psikoloji, sosyoloji, eğitim, ekonomi ve pazarlama gibi çoğu alanda asıl ilgilenen kavramların doğrudan ölçülmesi bazen mümkün olmaz. Psikolojide, kişinin kendine bakış açısı ve motivasyon; sosyolojide, çaresizlik ve huzursuzluk; eğitimde sözlü yetenek ve eğiticinin beklentisi; ekonomi de ise davranışlar, müşteri memnuniyeti, kalitenin algılanışı gibi kavramlar gizil değişkenlere örnek olarak verilebilir. Sözü edilen gizil değişkenler gözlenemediği için doğrudan ölçülemezler. Bu yüzden, araştırmacı, gizil değişkeni işlemsel olarak tanımlamak için varsayılan yapı açısından gizil değişkeni gözlenebilir değişkenlerle ilişkilendirmek zorundadır. Yapısal eşitlik modellenmesi, içsel (bağımlı-endogenous) yapıların dışsal (bağımsız-exogenous) yapılara

nasıl bağı olduğunu betimleyen bir ya da daha fazla doğrusal regresyon eşitliklerini içerir. Katsayıları, path katsayıları ya da çoğu zaman regresyon tartıları olarak adlandırılır (Cheng, 2001; Reisinger ve Turner, 1999; Sümer, 2000; Yılmaz, 2004a-b).

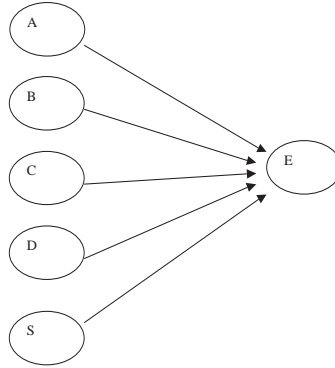
### 2.3. Modelin Uygunluğunun Değerlendirilmesi

Model uygunluğunun değerlendirilmesinde kullanılan birbirinden farklı uyum iyiliği indeksleri ve bu indekslerin sahip olduğu istatistiksel fonksiyonlar vardır. Önerilen indeksler arasında en çok kullanılanları benzerlik oranı ki-kare istatistiği ( $\chi^2$ ),  $\{\chi^2 / s.d.\}$ , RMSEA (Ortalama hata karakök yaklaşımı - Root-mean-square error approximation) ve GFI (Uyum iyiliği indeksi - Goodness-of-fit index) dir.  $\{\chi^2 / s.d.\}$  oranının 3'ten küçük değeri alması uyumun kabul edilebilir düzeyde olduğunu, RMSEA için ise 0.05'e eşit veya daha küçük değerin mükemmel bir uyuma, 0.08 ve altındaki değerlerin kabul edilebilir bir uyuma, 0.10'dan daha büyük değerin de kötü uyuma karşılık gelmektedir. GFI ise 0 ile 1 aralığında değişen değerler alır. 0.95 ve üzeri mükemmel uyuma, 0.90 ve 0.94 arası değerler de kabul edilebilir uyuma karşılık gelir. Sözü edilen ölçütlerin formülleri ve ayrıntıları için bakınız; (Cheng, 2001; Pank, 1996; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003).

### 2.4. Örneklem

Çalışmanın ana kütlesi Eskişehir'de bir devlet bankası ve bir özel bankanın merkez şube müşterileridir. Örneklem ise bu bankanın müşterilerinin tam listesine ulaşmak mümkün olmadığından 5 (3-7 Mayıs 2004) gün boyunca bankada işlem yaptırıp çıkan müşteriler arasında sistematik olarak seçilen 250 devlet bankası ve 100 özel banka müşterisidir. Alan araştırmasının maliyetinin ve çeşitli zorlukları nedeniyle görüşme sayısı sınırlı kalmıştır. Bu durumda örneklem büyüklüğü 350 olmak üzere, % 95 güven düzeyinde , örneklem hatası % 0.05 olarak hesaplanmıştır. Ancak devlet bankası müşterilerinden 54 'ü ve özel banka müşterilerinden 9'u anketi tam olarak doldurmadığı anlaşıldığından analiz toplam 287 müşterinin verdiği cevaplar üzerinden yapılmıştır.

### 2.5. Hipotezler



Çalışmada A, B, C, D ve S faktörleri ile kuruma bağlılık arasındaki ilişkinin kuramsal mo-

deline ait grafik Şekil 1 de verilmiştir. Model söz konusu hizmet boyutlarının kuruma bağıllığı etkilediğini ifade etmektedir. Modelde A, B, C, D ve S bağımsız gizil (latent) değişkenler E ise bağımlı gizil değişken olarak tasarlanmıştır.

*Şekil 1. Bankacılık Hizmetleri İle Kuruma Bağlılık Arasındaki İlişki İçin Önerilen Model*

*Çalışmada yer alan alternatif hipotezler aşağıda verilmiştir;*

**H<sub>A</sub>**; Bankanın fiziki görünümü müşterilerin bankaya bağlılığını pozitif olarak etkiler.

**H<sub>B</sub>**; Bankaya duyulan güven arttıkça bankaya duyulan bağlılık artar.

**H<sub>C</sub>**; Bankanın müşterilerine sunduğu hizmetlerindeki hevesliliği arttıkça müşterilerin bankaya bağlılığını artar.

**H<sub>D</sub>**; Bankanın hizmetlerindeki duyarlılık arttıkça müşterilerin bankaya bağlılığını artar. bağlılığını artar.

**H<sub>S</sub>**; Bankanın hizmetlerindeki yeterlilik arttıkça müşterilerin bankaya bağlılığını artar.

### 3. SONUÇLAR

Devlet bankası için t sinaması sonucunda H<sub>A</sub>, H<sub>B</sub> ve H<sub>D</sub> hipotezleri red edildiği için A, B ve D söz hizmet boyutları modelden çıkartılmıştır. Parametre tahminlerini ve t değerlerin Tablo 3'te, Model 1'in (M1) uyumuna ilişkin analiz sonuçları karşılaştırılmalı olarak Tablo 2'de, path diyagramı ise Şekil 2 de verilmiştir. Önerilen modelin uyum ölçütleri sonuç-

Uyum Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Uyum	Edilebilir	M1	M2
RMSEA	0 < RMSEA < 0.05	0,05 ≤ RMSEA ≤ 0,10		0.074	0.096
GFI	0,95 ≤ GFI ≤ 1	0,90 ≤ GFI ≤ 0,95		0.90	0.88
{ $\chi^2$ /s.d.}	<2	<3		2,06	2,82

ları ile standart değerler kıyaslandığında, M1 sonuçları kabul edilebilir uyum değerleri içinde olduğu görülmektedir.

*Tablo 2. Önerilen Modelin Uyum Değerleri ve Standart Uyum Ölçütleri*

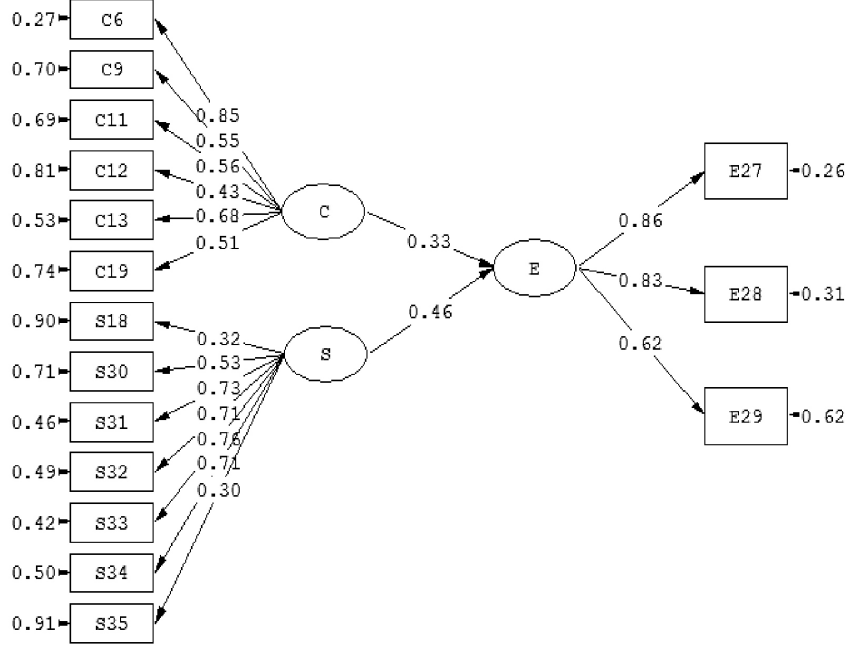
**Kaynak:** Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003.

M1			M2		
Değişkenler	İlişki Katsayıları( <i>t</i> -değeri)	R <sup>2</sup>	Değişkenler	İlişki Katsayıları( <i>t</i> -değeri)	R <sup>2</sup>
<b>C</b>	<i>C→E</i> 0.33(3.66)		<b>C</b>	<i>D→E</i> 0.43(3.19)	
C6	0.85 (10.12)	0.73	D22	0.57 (4.75)	0.32
C9	0.55 (7.43)	0.30	D23	0.63 (4.85)	0.40
C11	0.56 (6.51)	0.31	D24	0.65 (5.91)	0.42
C12	0.43 (4.34)	0.19	D25	0.75 (6.25)	0.56
C19	0.68 (7.91)	0.47	D26	0.72 (7.35)	0.52
<b>S</b>	<i>S→E</i> 0.46(4.93)		<b>S</b>	<i>S→E</i> 0.59 (4.25)	
S18	0.32 (3.76)	0.10	S18	0.47 (4.27)	0.22
S30	0.53 (5.82)	0.29	S30	0.89 (8.90)	0.79
S31	0.73 (9.24)	0.54	S31	0.61 (4.69)	0.38
S32	0.71 (8.99)	0.51	S32	0.58 (5.27)	0.34
S33	0.76 (9.74)	0.58	S33	0.69 (7.66)	0.47
S34	0.71 (9.47)	0.50	S34	0.59 (5.36)	0.35
S35	0.30 (1.67)	0.09	S35	0.70 (7.69)	0.49
<b>E</b>			<b>E</b>		
E27	0.86 (9.72)	0.74	E27	0.78 (6.36)	0.61
E28	0.83 (9.66)	0.69	E28	0.81 (8.36)	0.66
E29	0.62 (6.97)	0.38	E29	0.88 (8.00)	0.78
<b>Genel</b>		0.50			0.93

Tablo 3. İki Banka İçin ilişki Katsayılarının En Çok Olabilirlik Tahminleri

Tablo 3 ve Şekil 2'den görülebileceği gibi C ve E değişkenleri arasındaki ilişki katsayısı 0.33 (C→E) ve S ve E değişkenleri arasındaki ilişki katsayısı 0.46 (S→E) olarak tahmin edilmiştir. Heveslilik ve yeterlilik gizil değişkenlerindeki bir birimlik bir artış kuruma bağlılık bağımlı gizil değişkenini sırasıyla 0.33'lük ve 0.46'lük bir artışla, etkilemektedir. Bu katsayılar pozitif ve %5 anlam düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu katsayılardan hareketle bankanın ve çalışanlarının heveslilik ve yeterlilik ile ilgili hizmetlerinden memnuniyet arttıkça müşterin bankaya bağlılığı da artacağı veya memnuniyet azaldıkça kuruma bağlılığın da azalacağı yorumları yapılabilir.





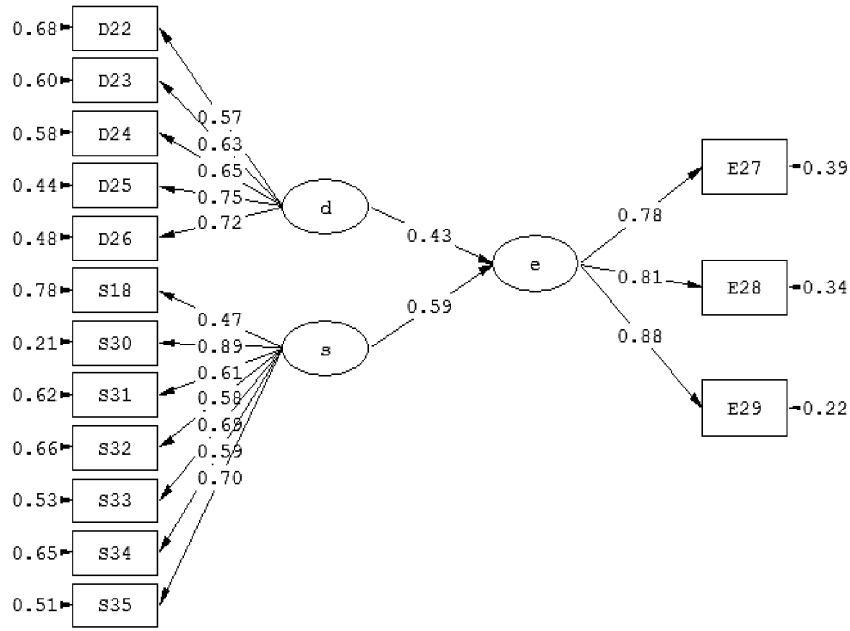
Şekil 2. Devlet Bankası İçin Hizmet Boyutları İle Kuruma Bağlılık Arasındaki İlişki İçin Önerilen Modelin Path Diyagramı (M1).

Heveslilik bağımsız gizil değişkeninin 6 adet maddesi söz konusudur. Bu maddelerin pozitif katsayılara sahip olduğu görülmektedir. Bu katsayıların en büyüğü C6 ya aittir (0.85). Bunun anlamı, bankanın hizmetlerinde heveslilik arttıkça, müşterilerin “Bankam müşterinin bir sorunu olduğu zaman, sorunu çözmek için samimi ilgi gösterir” düşüncelerine sahip olması da artacaktır. Yeterlilik bağımsız gizil değişkeninin 7 adet maddesi söz konusudur. Bu S31 ve S33 en büyük katsayılara sahiptir (0.76 ve 0.73). Bu maddeler telefon bankacılığı ve interaktif bilgisayarlı bankacılıkla ilgilidir. Buradan banka müşterilerinin bu tür hizmetleri bankacılıkta yeterlilik boyutunun en önemli özellikleri olarak gördüğü ortaya çıkmaktadır. “Bankamın can ve mal güvenliğim konusunda verdiği hizmetten memnunum” maddesine ilişkin katsayı 0.30’dur. Diğer katsayılara göre bu değer düşüktür. Bu madde analizinde bankanın can ve mal güvenliğine yönelik hizmeti yeterlilikte arka sıralarda yer aldığı ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3 ve Şekil 3’deki özel banka sonuçlarına ilişkin M2 modeli incelendiğinde duyarlılık (D) ve yeterlilik (S) bağımsız gizil değişkenlerinin kuruma bağlılığı (E) pozitif olarak etkilediği, diğer hizmet boyutlarının ise istatistiksel olarak anlamlı olmadığı için modelde yer almadığı görülmektedir. M2 modelinin uyum ölçütleri Tablo 2 de yer almak-

tadır. Tablo 2’deki uyum ölçütleri incelendiğinde M2 modelinin de kabul edilebilir olduğu görülmektedir.

Tablo 3 ve Şekil 3 incelendiğinde duyarlılık ve kuruma bağlılık arasındaki ilişkiyi gösteren katsayı 0.43, yeterlilik tahmini ve kuruma bağlılık arasındaki ilişkiyi gösteren katsayı 0.59 olarak tahmin edilmiştir. Bu sonuçlardan duyarlılık ve yeterliliğin kuruma bağlılık bağımlı gizil değişkeni ile orta düzeyde neden sonuç ilişkisi içinde olduğu söylenebilir. Duyarlılık bağımsız gizil değişkeni 5 maddeye sahiptir. Bu maddeler ilişkin tüm katsayılar pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu katsayılardan en büyüğü D25 (0.75)’tir. Bu katsayının anlamı, bankanın müşterilerine verdiği hizmetlerindeki duyarlılık düzeyi arttıkça, müşterilerin “banka çalışanları müşterilerin özel isteklerini anlar” düşüncesine sahip olmaları da artacaktır. Yeterlik bağımsız değişkeni ise 7 maddeye sahiptir. Bunlardan S30 (0.89) ve S35



(0.70) en büyük parametre tahminlerine sahiptir. S30 bankanın ATM hizmetlerinden memnuniyete ilişkindir. Bu katsayı M1 ve M2 modelindeki tüm diğer katsayıların en büyüğüdür. Buradan müşterilerin bankanın yeterliliğiyle ilgili olarak en fazla önemsendiği hizmetin ATM lerle ilgili verilen hizmet olduğu ortaya çıkmıştır.

Şekil 3 Özel Banka İçin Hizmet Boyutları İle Kuruma Bağlılık Arasındaki İlişki İçin Önerilen Modelin Path Diyagramı (M2).

#### 4. TARTIŞMA

SERVQUAL'in hizmet boyutları ile kuruma bağlılık arasındaki ilişkinin YEM ile betimlenmeye çalışıldığı bu çalışmada devlet bankası için heveslilik ve yeterlilik, özel banka için duyarlılık ve yeterlilik hizmet boyutlarının kuruma bağlılığı pozitif olarak etkilediği ortaya çıkmıştır. SERVQUAL'in diğer iki boyutu olan fiziki görünüm ve güvenilirlik istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığından modellerde yer almamıştır. Her iki banka için yeterlilik ortak faktör olarak bulunmuştur. Bu nedenle her iki bankanın hizmetlerindeki yeterlilik arttıkça müşterilerin bankaya bağlılığı artacağı, yeterlilik hizmet boyutundaki aksamalar ve olumsuzluklar yaşandıkça kuruma bağlılık ta azalacağını söylenebilir. Özellikle ATM hizmetleri, interaktif bankacılık hizmetleri ve bankanın kullandığı teknolojik donanım müşterilerin yeterlilik algılamasında ilk sıralarda olduğu, dolayısıyla bu hizmetlerin kuruma bağlılıkta ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Yeterlilikle ilgili dikkati çeken noktalardan biri S35 maddesinin katsayısıdır. Bu katsayı devlet bankası için yeterliliği oluşturan tüm maddeler arasında en küçük değere (0.30) sahip iken, özel banka için ise söz konusu katsayı 0.70 olarak tahmin edilmiştir. Özel banka için bu katsayı büyüklük bakımından ikinci sıradadır. M1 ve M2 modelinin bağımlı gizil değişkeninin maddeleri incelenirse M1 için en büyük katsayı E27 için 0.86, M2 de ise E29 için 0.88'dir. Bu katsayılardan, devlet bankası için kuruma bağlılık arttıkça müşterilerin çalıştıkları bankanın ismini çevresindekilere daha rahat ve gururla söylemesi, özel banka için ise yine kuruma bağlılık arttıkça farklı zamanlarda ve işler için bankayı tekrar tercih etmesi de artacağı anlaşılmaktadır.

M1 ve M2 modellerinin R<sup>2</sup> leri incelendiğinde sırasıyla 0.50 ve 0.93 olduğu görülmektedir (Tablo 3). Bu sonuçlardan devlet bankasında kuruma bağlılık bağımlı değişkende değişimin %50'si heveslilik ve yeterlilik bağımsız değişkenleri tarafından açıkladığı, özel banka için ise %93'nün duyarlılık ve yeterlilik bağımsız değişkenleri tarafından açıklandığı anlaşılmaktadır. M2 modelindeki bağımsız gizil değişkenlerin kuruma bağlılığı açıklamadaki payları yeterli görülürken M1'de ise söz konusu bağımsız gizil değişkenlerin kuruma bağlılığı açıklamada tam olarak yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Buradan devlet bankalarında kuruma bağlılığı açıklayan başka değişkenlerin de modele dahil edilmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçlardan kuruma bağlılığın devlet ve özel bankalarda birbirinden farklı hizmetlerden duyulan memnuniyet boyutlarıyla açıklanabildiği dolayısıyla yapısal modellerinin birbirinden farklı olduğu söylenebilir.

Örneklem için bir devlet bankası ve bir özel banka müşterilerini ele alınması, örneklem hacminin azlığı, tek bir ilin ele alınması çalışmanın çıkarsama alanını daraltmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda farklı illerdeki banka müşterileri örnekleme katılmalı ve çalışmada yer almayan başka hizmet boyutlarının da analize girebilmesi için anketin daha geniş kapsamlı sorularla tekrar düzenlenmesi gereklidir. Bu çalışma YEM aracılığıyla yapılan bir başlangıç çalışmasıdır. Daha kapsamlı sorularla açıklama gücü daha yüksek modellere de ulaşmak mümkün olabilir.

## KAYNAKÇA

- Bozdağ, N., Atan, M. ve Altan Ş., (2003).** Hizmet sektöründe toplam hizmet kalitesinin SERVQUAL analizi ile ölçümü ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *VI. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu 29-30 Mayıs , Ankara: Gazi Üniversitesi Ekonometri Bölümü*, s. 48.
- Cheng, E. W. L., (2001).** SEM being more effective than multiple regression in parsimonious model testing for management development research. *Journal of Management Development*, Vol. 20, No: 7, 650-667.
- Colgate M. ve Hedge R., (2001).** An investigation into the switching process in retail banking services. *International Journal of Bank Marketing*, Vol.19, No.5, 201-212.
- Judd, C.M., Smith, E.R. ve Kidder, L.H., (1991).** *Research methods in social relations*, 6. Ed., The Dryden Press, Florida.
- Karin N., (2001).** Interrogating SERVQUAL: a critical assessment of service quality measurement in a high street retail bank. *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No: 3, 126-139.
- Laforet S. ve Li X., (2005).** Consumers' attitudes towards online and mobile banking in China. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No. 5, 362-380.
- Methlie L. ve Nysveen H., (1999).** Loyalty of on-line bank customers. *Journal of Information Technology*, Vol.14, 375-386.
- Newman K., Cowling A., (1996).** Service quality in retail banking: the experience of two British clearing banks. *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 14, No: 6, 3-11.
- Pang, N. S. K., (1996).** School values and teachers' feelings: a Lisrel model. *Journal of Educational Administration*, Vol. 34, No: 2, 64-83.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry L. L., (1985).** A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Vol. 49

Fall, 41-50.

**Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry L. L., (1988).** SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, Spring, 12-40.

**Reisinger, Y. ve Turner, L., (1999).** Structural Equation Modeling with Lisrel: application in tourism. *Tourism Management*, Vol. 20, No:1,71-88.

**Schermelleh-Engel, K. ve Moosbrugger, H., (2003).** Evaluating the fit of Structural Equation Models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, Vol. 8, No: 2, 23-74.

**Snellman K. ve Vihtkari T., (2003).** Customer complaining behaviour in technology-based service encounters. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 2, 217-231.

**Sümer, Nebi., (2000).** Yapısal Eşitlik Modelleri: temel kavramlar ve örnek uygulama. *Türk Psikoloji Yazıları*, Cilt 3, Sayı 6, 49-73.

**Yılmaz, V., (2004a).** Consumer behaviour of shopping center choice. *Social Behavior and Personality*, Vol. 32, Issue: 8, 783-790.

**Yılmaz, V., (2004b).** Lisrel ile Yapısal Eşitlik Modelleri: tüketici şikayetlerine uygulanması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4, No: 1, 77-90.

**Zhou L., (2004).** A dimension-specific analysis of performanceonly measurement of service quality and satisfaction in China's retail banking. *Journal of Services Marketing*, Vol. 18, Number 7, 534-546.

