

## Hizmet Kalitesinin Müşteri Tatmini ve Ağızdan Ağıza İletişim Üzerindeki Etkisi: Havayolu Endüstrisinde Cinsiyet Temelli Bir Araştırma

*The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Word-of-Mouth Communication: A Gender Based Research in the Airline Industry*

**Hasan Emin GÜRLER**

Akdeniz Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi  
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü  
Antalya, Türkiye  
[orcid.org/0000-0002-5813-1631](https://orcid.org/0000-0002-5813-1631)  
[hasangurler@akdeniz.edu.tr](mailto:hasangurler@akdeniz.edu.tr)

**Ramazan ERTURGUT\***

Akdeniz Üniversitesi  
Uygulamalı Bilimler Fakültesi  
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü  
Antalya, Türkiye  
[orcid.org/0000-0002-0240-5787](https://orcid.org/0000-0002-0240-5787)  
[rerturgut@akdeniz.edu.tr](mailto:rerturgut@akdeniz.edu.tr)

### Özet

Havayolu endüstrisi, Türkiye’de ve dünya genelinde en hızlı büyüyen ve küresel ekonominin yanı sıra turizme ve ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hâsıllarına önemli katkılar yapan endüstrilerden birisidir. Son yıllarda söz konusu endüstride, uluslararası kuruluşların tahminlerinin üzerinde gelişmeler yaşanmaktadır. Bu durum, yoğun rekabet ortamında ayakta kalmak ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek isteyen firmalar için kaliteli hizmetler sunarak mevcut müşterileri elde tutmalarını ve potansiyel müşterileri kendilerine çekmelerini zorunlu kılmaktadır. Bununla birlikte müşterilerin aldıkları hizmete ilişkin kalite algılamaları, onların tatmin düzeylerini ve diğer insanlara deneyimleriyle ilgili görüşlerini iletmelerini etkileyebilmektedir. Ayrıca, müşterilerin özellikleri de onların hizmete ilişkin algılarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada; kadın ve erkek katılımcıların hizmet kalitesine ilişkin algılamalarının onların tatmin düzeyleri ve ağızdan ağıza iletişim eylemleri üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmıştır. Verilerin elde edilmesi için çevrimiçi anket düzenlenmiştir ve anketlerin gönderiminde Kolayda Örneklem Yöntemi benimsenmiştir. Çalışmanın evreni çok büyük olmakla birlikte örneklemini havayolu ulaşımını tercih eden ve çoğunluğu akademisyenlerden oluşan tüketiciler oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmada; Bağımsız İki Örneklem T Test ve Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Sonuç olarak; kadın katılımcıların “Güvenilirlik” boyutuna ilişkin algılamalarının, erkek katılımcıların ise “Fiziksel Görünüm” boyutuna ilişkin algılamalarının onların hem tatmin düzeyleri hem de ağızdan ağıza iletişim eylemleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etki yaptığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Havayolu Endüstrisi, Hizmet Kalitesi, Müşteri Tatmini, Ağızdan Ağıza İletişim, Cinsiyet

\*Corresponding Author

**Abstract**

*The airline industry is one of the fastest growing industries in Turkey and worldwide and is one of the industries that make significant contributions to the global economy as well as to tourism and the Gross Domestic Product of the countries. In recent years, there has been an improvement over the estimates of international organizations. This situation has made it mandatory for firms, which want to survive in a highly competitive environment and obtain sustainable competitive advantage, to offer high-quality services and retain existing customers and attract potential customers. However, customer's perceptions of service quality can affect their level of satisfaction and their ability to communicate opinions to other people about their experiences. In addition, customer characteristics can affect their perceptions of service. For this reason, in this study it was aimed to investigate the effect of male and female participants' perceived level of service quality on their satisfaction levels and word-of-mouth communication. An online questionnaire was conducted to obtain the data and the Convenience Sampling Method was adopted in the submission of the questionnaires. The universe of the study is very large, and the sample consists of consumers who prefer air transportation and the majority of them are academicians. In addition, Independent-Samples T Test and Multiple Regression Analysis were performed in the study. As a result, it was found that perceptions of the female participants about the dimension of "Reliability" and the perceptions of the male participants about the dimension of "Physical Appearance" had a statistically significant and positive effect on their satisfaction level and word-of-mouth communication activities.*

**Keywords:** *Airline Industry, Service Quality, Customer Satisfaction, Word-of-Mouth Communication, Gender*