

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTELERİNDE ÖĞRENCİ
MEMNUNİYETİ VE SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

Ozan DEVECİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI

Danışman
Doç. Dr. Murat ERDOĞDU

KONYA-2023

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTELERİNDE ÖĞRENCİ
MEMNUNİYETİ VE SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

Ozan DEVECİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI

Danışman
Doç. Dr. Murat ERDOĞDU

KONYA-2023

ÖNSÖZ

Tezimin meydana gelmesinde araştırma ve yazım aşamalarına kadar yardımlarını esirgemeyen çok değerli danışman hocam Doç. Dr. Murat ERDOĞDU'ya çok teşekkür ederim.

Veri toplama ve istatistik aşamalarında çok kıymetli yardımlarını ve her daim desteklerini esirgemeyen çok değerli hocam Doç. Dr. Hatice DEVECİ ŞİRİN ve tezim ile birlikte yüksek lisans öğrenim hayatımın her aşamasında beni destekleyen, yardımcı olan en ylgın ve umutsuz anlarda bile liderliği, öngörüsü ile bana kılavuz ve örnek olan çok kıymetli hocam Prof. Dr. Erkan Faruk ŞİRİN'e sonsuz teşekkür ediyorum.

Her konuda olduğu gibi bu süreçte desteklerini hiçbir şekilde esirgemeyen, daima yanımda olan sevgili eşim Bilge DEVECİ ve varlıkları ile beni her zaman mutlu eden çok değerli evlatlarım Mete DEVECİ ve Duru DEVECİ'ye Sonsuz Teşekkür ederim

Ozan DEVECİ

Konya-2023

SİMGELER VE KISALTMALAR

AE	: Antrenörlük Eğitimi
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
ark.	: Arkadaşları
BESÖ	: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği
DFA	: Doğrulamalı Faktör Analizi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
R	: Rekreasyon
SY	: Spor Yöneticiliği
YKS	: Yükseköğretim Kurumları Sınavı

ÖNSÖZ	i
SİMGELER VE KISALTMALAR	ii
İÇİNDEKİLER	iii
ÖZET	v
SUMMARY	vi
1. GİRİŞ	1
1.1. Müşteri Memnuniyeti Kavramı	2
1.1.2. Öğrenci Memnuniyeti	5
1.1.3. Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Unsurlar	6
1.1.4. Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyetinin Önemi	9
1.2. Sadakat Kavramı	11
1.2.1. Öğrenci Sadakati	14
1.2.2. Müşteri Sadakatının Boyutları	16
Bilişsel boyut	16
1.2.3. Yüksek Öğretim Kurumlarında Öğrenci Sadakatının Önemi	17
1.3. Memnuniyet ve Sadakat Kavramlarının İlişkisi	18
2. GEREÇ VE YÖNTEM	21
2.1. Araştırma Modeli	21
2.2. Araştırma Evren ve Örneklemi	23
2.3. Veri Toplama Araçları	25
2.3.1. Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği	25
2.3.2. Öğrenci Sadakati Ölçeği	26
2.3.3. Kişisel Bilgi Formu	26
2.4. Verilerin Analizi	26
3. BULGULAR	29
3.1. Öğrenci Memnuniyeti Alt Boyutları ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular	29
3.2. Öğrenci Memnuniyetinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bulgular	35
3.3. Öğrenci Sadakatının Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bulgular	39
4. TARTIŞMA	42
4.1. Öğrenci Memnuniyeti Alt Boyutları ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Yönelik Tartışma	42
4.2. Öğrenci Memnuniyetinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Tartışma	46

4.3. Öğrenci Sadakatinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Tartışma	49
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	52
6. KAYNAKLAR	56
7. EKLER.....	61
EK-A: Anket Formu	61
EK-B: Etik Kurul Kararı	62
EK-C: Turnitin Raporu.....	63
8. ÖZGEÇMİŞ.....	64



ÖZET

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Spor Bilimleri Fakültelerinde Öğrenci Memnuniyeti ve Sadakati Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Ozan DEVECİ

Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ / KONYA-2023

Bu çalışma spor bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrenciler özelinde, öğrenci memnuniyetinin öğrenci sadakati üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla, nicel araştırma desenlerinden ilişkisel tarama ve korelasyonel araştırma modeline göre yapılmıştır. Bununla beraber çalışmada öğrencilerin kişisel farklılıkların öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakatini etkileyip etkilemediği de araştırılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evreni, 56 Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemi ise olasılığa dayalı örneklem yöntemlerinden tabakalı tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak araştırmaya dâhil edilen 35 spor bilimleri fakültesinin dört farklı bölümünde (antrenörlük eğitimi, beden eğitimi ve spor öğretmenliği, rekreasyon ve spor yöneticiliği) son sınıfta öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü katılan 2458 öğrenci oluşturmuştur. Ölçme aracı olarak Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği ve Öğrenci Sadakati Ölçeği kullanılmıştır.

Verilerin analizi kısmında kullanılacak testlerin belirlenebilmesi için normallik sınaması yapılmıştır. Her iki ölçek için belirtilen şartlarda normal dağıldığı görülmüştür. İkinci aşamada değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmek ve hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ve son aşamada farklılık testleri için bağımsız grup t-testi ve çoklu karşılaştırmalarda Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan varyans analizlerinde hangi gruplar arasında fark olduğunu bulmak için ise post-hoc testleri kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda; Spor Bilimleri Fakültesi son sınıf öğrencilerinin sadakatini öğrenci memnuniyetinin fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planı memnuniyetlerinin anlamlı düzeyde açıkladığı belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada kadın öğrencilerin “Fiziki İmkanlar” ve “Yönetim” memnuniyetleri erkek öğrencilerden daha yüksek bulunurken, öğrencilerin yaşları ile memnuniyet puanları arasında ilişki gözlenmemiştir. Beden eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin “Danışmanlık” memnuniyetlerinin, Antrenörlük Eğitimi bölümünde öğrenim gören öğrencilerin ise “Ders ve Ders planı” memnuniyetlerinin diğer bölümlerden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin öğrenim gördüğü program türüne göre “Fiziki İmkanlar” memnuniyeti ikinci öğretim programlarında öğrenim görenlerin normal öğretim programlarında öğrenim görenlere göre daha yüksek olduğu, burs alan öğrencilerin almayanlara göre “Yönetim” ve “Ders ve Ders Planı” memnuniyetlerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Son olarak araştırmada öğrencilerin sadakat puan ortalamaları cinsiyet, öğrenim gördükleri bölüm ve program türüne göre farklılık göstermezken, burs alanlar öğrencilerin sadakat puan ortalamaları burs almayanlara göre daha yüksek bulunmuştur. Öğrencilerin yaşları arttıkça sadakat puan ortalamalarının arttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Öğrenci memnuniyeti, Öğrenci sadakati, Spor Bilimleri Fakültesi, Üniversite Öğrencileri

SUMMARY

REPUBLIC OF TURKEY
SELÇUK UNIVERSITY
HEALTH SCIENCES INSTITUTE

Investigation of the Relationship Between Student Satisfaction and Loyalty in Faculties of Sports Sciences

Ozan DEVECİ

Department of Sports Management

MASTER THESIS / KONYA-2023

This study was carried out according to the relational survey and correlational research model, one of the quantitative research designs, in order to determine the effect of student satisfaction on student loyalty of students studying at faculties of sports sciences. The study also investigated whether students' personal differences affect student satisfaction and student loyalty. Accordingly, the population of the study consisted of senior students studying at 56 Faculties of Sport Sciences. The sample used in the study was stratified random sampling method, one of the probability-based sampling methods, and consisted of 2458 senior students studying in four different departments (coaching education, physical education and sports teaching, recreation and sports management) of 35 sports sciences faculties and participating in the study voluntarily. Student Satisfaction Scale and Student Loyalty Scale of the Faculties of Sports Sciences were used as measurement tools.

Normality test was performed in order to determine the tests to be used in the analysis of the data. It was observed that the data were normally distributed under the conditions specified for both scales. In the second stage, correlation and multiple linear regression analyzes were performed to determine the relationships between the variables and to test the hypotheses, and in the last stage, independent group t-test was used for difference tests and One Way Variance (ANOVA) analysis was performed in multiple comparisons. In the analysis of variance, post-hoc tests were used in order to find out between which groups there were differences.

As a result of the study, it was determined that the loyalty of the senior students of the Faculty of Sports Sciences was explained by the students' satisfaction with physical facilities, learning and teaching, consulting, management, course and course plan at a significant level. In addition, while female students' satisfaction with "Physical Facilities" and "Management" was found to be higher than male students, no relationship was observed between the age of the students and their satisfaction scores. It was determined that the "Consulting" satisfaction of the students studying in the Department of Physical Education and Sports Teaching, and the "Course and Course Plan" satisfaction of the students studying in the Coaching Education department are higher than the other departments. According to the type of program the students study, it was found that the satisfaction of "Physical Facilities" was higher for those studying in evening education programs than those studying in daytime education programs, and students who receive scholarships had higher satisfaction with "Management" and "Course and Course Plan" compared to those who do not receive scholarships. Finally, while the loyalty score averages of the students did not differ according to gender, department and program type, the loyalty score averages of the students who receive scholarships were higher than those who do not receive scholarships. As the age of the students increased, their loyalty score averages increased.

Keywords: Student satisfaction, Student loyalty, Faculty of Sport Sciences, University Students

1. GİRİŞ

Yükseköğretim kurumlarının önemi son dönemlerde daha artmıştır. Eğitime olan bakışın toplumdaki pozitif artışı, endüstri ve bilgi toplumunda nitelikli insan kaynağı ihtiyacı ve yükseköğretim kurumlarının oluşturdukları ekonomik değer üniversite ve ülke ekonomisine olan katkılar yükseköğretim kurumlarının önem artışıdaki ilk sayılabilecek etkenlerdir. Yükseköğretim kurumlarının sayısının artması veya öğrencilerin seçim yelpazesinin genişlemesi, bu kurumların işleyişlerinin ticari ve rekabetçi olmasını da beraberinde getirmiştir. Bu ticari ve rekabetçi yapı, öğrencilere olan bakış açısını ve kurumların verdikleri veya sağladıkları hizmetin sorgulanmasını sağlamıştır (Eskildsen ve Kristensen 2000). Bu yeni yapıda öğrenciler birer müşteri, verilen eğitim de ürün olarak yeniden tanımlanmıştır. Bunun yanında işverenler, çalışanlar, hükümet, sanayi, aileler ve toplum da eğitim kurumlarının birer müşterisi olarak kabul edilmektedir (Helgesen ve Nettet 2007, Martensen Gronholdt Eskildsen ve Kristensen 2000). Rashid ve Raj (2006) öğrencilerin ticari temelli geleneksel müşteri olarak değil de, aldığı öğrenme hizmeti karşılığı kısmi de olsa ücret ödeyen bireyler olarak kabul edilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Yükseköğretim kurumlarında görülen gelişmeler ve ilerlemelerin beraberinde getirdiği rekabetçi yapı, kurum sayısındaki nicel artış ve öğrencilerde seçme olasılığının artırması, bu kurumları seçmede etkili olan faktörlerin irdelenmesini gerektirmektedir. Bu faktörlerin arasında en önemlilerinden birisi öğrencilerin memnuniyetleridir. Yüksek öğretim kurumlarında öğrencilerin birer müşteri olarak görülme anlayışı, müşterinin aldığı hizmetten memnun olup olmamasını da beraberinde getirmektedir. Müşteriler aldıkları hizmetten memnun oldukça kuruma olan sadakat da artacaktır. Müşteri sadakati; tekrar satın almaya veya ürüne, hizmete veya organizasyona olan derin bağlılıktır (Helgesen ve Nettet 2007). Sadık müşterilerin tekrar satın almalarının düzenlenmesi ve tahmin edilmesi, işletmelerin kaynaklarını daha etkili olarak kullanmalarını gerektirmektedir (Hening-Thurau, Larger ve Hansen 2001). Yükseköğretim kurumlarında sadakat kavramı var olan öğrencilerin korunması ve yeni öğrencilerin kazanılması ile doğrudan ilişkilidir. Hizmet sektörü kuramına göre öğrencinin kendi eğitim kurumuna olan sadakati öğrencinin aktif katılımı ve bağlılığı faktörleri ile öğretim kalitesinin artmasında önemli bir faktördür (Hening-Thurau ve ark 2001). Bu önemi ülke yüksek öğretim

kurumları da vurgulamış, örneğin Norveç Yüksek Öğretimde Reform Girişimi Norveç üniversiteleri için öğrenci sadakati konusunda yapılan çalışmaların artırılmasını önermiştir (Helgesen ve Nesset 2007).

Bu bahsedilenler yükseköğretim kurumların yöneticilerini de kaliteli hizmet verme, yeni öğrencileri kazanma ve var olan öğrencilerini korumak için yeni arayışlara yöneltmiştir. Bu nedenle yükseköğretim kurumlarında verilen eğitim-öğretim hizmetinin kaliteli olması ve gereksinimleri karşılayabilmesi önemlidir. Ayrıca öğrencilerin memnuniyetlerinde hangi değişkenlerin etkili olduğunun anlaşılmasına odaklanmaya ihtiyaç vardır. Bu durumda hem ulusal hem de uluslararası gelişmeleri takip etmek ve kalitenin üniversitelerin ayrılmaz bir parçası olmasını sağlamak için çaba gösterilmesi gerekir. Eğitim kurumlarının birincil müşterisi konumunda olan öğrencilerin gereksinimlerini iyi anlayıp bu gereksinimlere cevap verebilecek eğitim hizmetini sağlamak gereklidir. Böylece yükseköğretim kurumları verdikleri bu eğitim hizmeti imkanlarıyla öğrencilerinde memnuniyeti sağlamalı, bu memnuniyet sadakati oluşturmali ve bu sadakati sürekli hale getirebilmelidir. Böylece mezun olacağı veya mezun olduğu üniversitesine sadakat duygusu içerisinde olan birey üniversiteni başkalarına tavsiye edecektir. Bu araştırma ile öğrenci sadakati üzerinde etkili olduğu düşünülen memnuniyet boyutlarının etkisi geliştirilmiş olan kavramsal modeller üzerinde tartışılması amaçlanmış ve öğrencinin kuruma olan sadakatinin sağlayacağı yararlar alanyazın çerçevesinde belirlenerek spor eğitimi veren yüksek öğretim kurumları özelinde çalışılmıştır.

1.1. Müşteri Memnuniyeti Kavramı

Çağın bilgi ve teknoloji çağı olması ve bilginin ve teknolojinin hızla ilerlemesi kurumlar, işletmeler, örgütler için önemli etkiye sahiptir. Gelişen bilgi ve teknoloji ile birlikte kurumlar arasında oluşan rekabet şartları sonucunda ürünler ve hizmetler hızla birbirine benzemeye başlamıştır. Çünkü daha önce kullandıkları ürün ve satış teorileri pazarlama teorisini dönüşmüştür. Bu durum ise firmaları rekabette fark oluşturup bir adım öne geçmeye sevk etmiştir (Kotler 2000). Daha yüksek müşteri memnuniyeti, daha yüksek ürün ya da hizmet tüketimini ifade etmektedir. Böyle bir ortamda firmalar değişen şartlar altında rekabet edebilmek için ve rekabet içerisinde bulunduğu kurumlardan ayrışabilmek için memnuniyet kavramını ön plana çıkarmaya başlamışlardır.

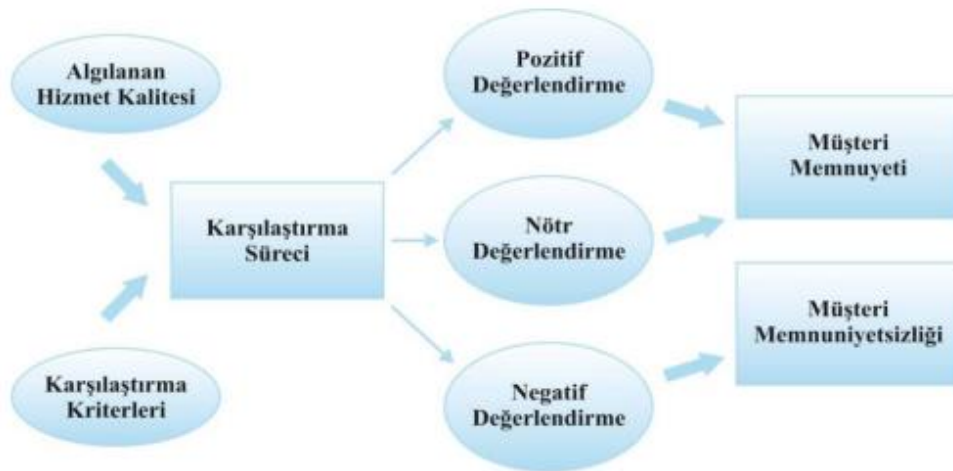
Memnuniyet, müşteri trendlerini oluşturmada meydana getirdiği etki ve gelecekteki müşteri davranışlarının saptanması aşamasındaki rolü gereği pazarlama sektörü içerisinde önem arz etmektedir (Duman 2003). Memnuniyet kavramı TDK tarafından, sevinç, memnuniyet, hoşnutluk, sevinme olarak tanımlanmıştır (TDK 2019). Kotler ve Clarke (1987) bireyin beklentilerini karşılayan bir olay karşısında hissettiği durum olarak belirtmiştir. Oliver (1997) memnuniyet kavramını müşterilerin bir ürünü satın almadan önce verdiği kararları sonucunda memnun olma hissiyle ilgili bireyde oluşan tepkiler olarak tanımlamıştır.

Hizmet sunan alanlarda başarıyı koruyabilmek için müşterinin hangi davranıştan veya eylemden memnun olduğu yada olmadığını anlamak önemlidir (Ryu ve Han 2010, Angelova ve Zekiri 2011). Müşteri memnuniyeti, satın alınan bir hizmet bağlamında düşünüldüğünde satın alınan hizmetin müşterinin beklentisinin üstüne çıkması durumunda oluşan müşteri hoşnutluğu olarak tanımlanır (Anderson & Srinivasan 2003). Ürün ya da hizmetin sonucu beklentilerinin üstündeyse müşteri memnun olacak, ürün ya da hizmet sonucu beklentilerinin altındaysa müşteri memnun olmayacaktır (Ariff ve ark 2012). Müşteri memnuniyeti, şirketin müşteri ile ilişki kurmada ne kadar başarılı olduğunu belirler çünkü müşteri memnuniyeti, müşterinin aslında elde etmeyi umduğu ile beklentilerinin ötesine geçen elde ettiği hizmet performansı arasındaki farkı temsil eder (Johan ve ark 2014). Bu bağlamda, müşteri memnuniyeti tüketicinin beklentisiyle ve ürünle ve hizmetle olan tecrübeyle yakın şekilde bağlantılıdır (Johan ve ark 2014). Başka bir ifadeyle, müşteri memnuniyeti tüketim öncesi beklenti ve tüketim sonrası ürün ya da hizmet fonksiyonu algısı arasındaki kıyaslamadan kaynaklanan hoşnutluk ya da hayal kırıklığı ifadesidir (Tsai ve ark 2010)

Kurumların-işletmelerin müşteri bağlılıklarını ve memnuniyetini artırmaları kaçınılmaz bir durum haline gelmektedir. Müşterilerin kurumlara olan bağlılık düzeylerinin artması ile birlikte memnuniyet düzeylerinde de artış görülmektedir. Böylece müşterinin tekrar satın alma davranışını tekrarlanmasına sebep olmaktadır. Bu durumda kurumlar için düzenli ve sadık müşteri elde etmenin önemli olacağını söylemek doğru olacaktır. Alanyazın incelendiği zaman müşteri memnuniyeti ile ilgili kavram, teori ve kuramların oluşmasında öncü olan Oliver (1997) müşteri memnuniyetini; memnun olma ve memnun olmama düzeyleri ile birlikte, satın alınan

bir hizmet veya ürüne ait bir özellik veya bunların hepsinden tatmin olmak olarak ifade etmiştir. Memnun olma duygusunun oluşmasında iki belirleyici özelliğin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu özelliklerden ilki satın alınan hizmet veya üründen yararlanılması sonucunda elde edilen neticedir. İkincisi ise elde edilen sonuçlar ile kıyaslayabilmek adına elde edilen referans ölçütleridir. Satın alınan hizmetin veya ürünün göstermiş olduğu performansı kullanım sonucu olarak değerlendirilebilir. Referans ölçütü olarak ise, söz konusu satın alınan hizmetin veya ürünün önceki kullanımında elde edilen değerler veya daha önce hizmeti veya ürünü satın almış, kullanmış müşteri yorumlarıdır.

Homburg ve Stock-Homburg (2006) tarafından oluşturulan müşteri memnuniyeti üzerine kurguladıkları müşteri karşılaştırma mekanizmasında algılanan kalite ve müşteri karşılaştırma kriteri olmak üzere iki ana unsur üzerinde durmuşlardır. Bu iki ana unsurun müşteri tarafından değerlendirilmesinden sonra yapılan bu değerlendirme sonucunda pozitif değerlendirme, nötr değerlendirme ve negatif değerlendirme ortaya çıkmaktadır. Eğer müşterinin yapmış olduğu değerlendirme sonucu pozitif veya nötr ise müşteri tarafından hizmet ya da ürüne karşı olumlu veya standarda yakın bir bakış açısı olduğu düşünülebilir. Müşteri tarafından negatif bir değerlendirmede bulunulduysa hizmeti ya da ürünü satın aldığı kurum, firmadan uzaklaşma meydana gelmesi beklenilebilir (Homburg ve Stock-Homburg 2006). Homburg ve Stock-Homburg (2006) tarafından oluşturulan müşteri memnuniyeti karşılaştırma mekanizması Şekil 1.1’de görülmektedir.



Şekil 1.1. Müşteri Memnuniyeti oluşumunda karşılaştırma mekanizması

1.1.2. Öğrenci Memnuniyeti

Öğrenci memnuniyeti, 20.yüzyılın son çeyreği ile birlikte yüksek öğrenim sektöründe, kitleselleşme ve pazarlamaya yönelik neo-liberal eğilimler de göz önüne alındığında, önemli bir konu haline gelmiştir (Garcia-Aracil 2009, Navarro ve ark 2005). Arzın yeterli olduğu veya hatta talebi aştığı toplu bir yükseköğretim sistemindeki kurumlar, artık yalnızca iç veya profesyonel olarak belirlenmiş normlarla eğitim standartları oluşturmazlar. Bunun yerine, öğrencilerin öğrenci memnuniyeti olarak kavramlaştırılmış eğitim kalitesi ve deneyimi algısı, yükseköğretim alanında çok önemli bir sonuç olarak ortaya çıkmıştır (Navarro ve ark 2005). Örneğin; Çin'de, 2016'dan bu yana Çin yüksekokul eğitiminin kalitesini ve gelişimini değerlendirmek için beş temel kriterden biri Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından öğrenci memnuniyeti olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde öğrenci memnuniyeti kavramı eğitim kurumları açısından önemli bir kavram olmaktadır. Alanyazın incelendiği zaman öğrenci memnuniyeti kavramının müşteri memnuniyeti kavramından geliştirildiği ve birçok farklı araştırmacı tarafından kavramsallaştırıldığı ve ele alındığı görülmektedir. Kotler ve Clarke (1987) memnuniyeti, bir kişinin beklentilerini karşılayan bir durum ya da sonuç meydana geldiğinde hissettiği durum olarak tanımlamaktadır. Memnuniyet, göreceli beklenti düzeyinin bir işlevidir ve durumu algılar. Alanyazında, hizmet kalitesi ve öğrenci memnuniyeti ile bağlantılı memnuniyet hakkında birçok tanım vardır (Poturak 2014). Zeithaml'a (1988) göre memnuniyet, hem bir kurumun idari, hem de eğitim sisteminin tutarlı işleyişinin sonuçlarından kaynaklanmaktadır. Çünkü, kurumun öğrenmeyi kolaylaştıran bir ortam sağlaması, örneğin, mesleki ve akademik gelişimin temel parametreleri ile birlikte eğitim kurumları için uygun altyapıya sahip olması halinde, öğrenciler daha mutlu ve öğrenimlerini tamamlamaları konusunda daha motive olacaklardır. Elliott ve Shin (2002), öğrenci memnuniyetini, "öğrencinin eğitim ile ilgili çeşitli sonuçların ve deneyimlerin öznel değerlendirmesinin elverişliliği" olarak tanımlamıştır. Öğrenci memnuniyeti çalışmalarının çoğu müşteri perspektifine odaklanırken, araştırmacılar öğrenci memnuniyeti için standart bir tanım oluşturma problemi ile karşı karşıya kalmaktadır ve müşteri memnuniyeti teorisinin, öğrenci memnuniyetinin tanımını açıklayabilmesi için seçilmesi ve uyarlanması gerektiğini söylemektedirler (Hom 2002). Öğrencileri müşteri olarak görmek riskli olmakla birlikte, yükseköğretim pazarının mevcut atmosferi göz önüne alındığında, öğrencilerin "müşteri" olduğu ve

bu nedenle ücret ödeyen kişiler olarak düşüncelerinin dinlenmesini makul şekilde talep edebilecekleri konusunda ahlaki bir hakları vardır (William 2002).

Hartman ve Schmidt (1995) Chadwick ve Ward'ın (1987) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda, öğrenci memnuniyeti değerlendirmelerini tüketici davranışı teorisine dayandırmışlardır. Başka bir deyişle, yükseköğretim bir hizmet sağlayıcı, mezunlar/öğrenciler ise faydalananlar olarak değerlendirilmiştir. Chadwick ve Ward'ın (1987) tarafından öğrenci memnuniyeti, hizmet sağlayıcının performansı, öğrencilerin sonuç beklentileri ve bir işletme lisans programının genel öğrenci memnuniyeti arasındaki ilişkinin beklentilerin üzerine çıkması olarak değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarından elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, memnuniyetin, hem eğitim biriminin performansının algılanan kalitesinden hem de bu performansın algılanan sonuçlarından etkilendiğini ortaya koymuştur. Ayrıca, üniversitelerin hem öğrencinin eğitim hem de kariyer deneyimleri için net hedefler ve beklentiler oluşturmak için öğrencilerle birlikte çalışması gerektiğini ve fakülte etkileşiminin olumlu memnuniyet değerlendirmeleri için anahtar rol oynadığını belirtmektedir. Genel olarak gerçekleştirilen araştırmalarda, öğrenci memnuniyeti kavramının altında yatan teori, başlangıçta iş doyumunu araştırmalarından alınmıştır ve tüketici davranışları ve pazarlaması ile ilgili değişim teorilerini içerecek şekilde geliştirilmiştir (Browne Kaldenberg Browne ve Brown 1998, Hartman ve Schmidt 1995).

1.1.3. Öğrenci Memnuniyetini Etkileyen Unsurlar

Öğrenci memnuniyetini etkileyen unsurlar farklı araştırmacılar tarafından değerlendirilmiştir. Öğrenci memnuniyetini etkileyen farklı unsurlar ele alınmış olsada alayazın incelendiği zaman bu unsurların genelde akademik personelin rolü, eğitim müfredatının içeriği, eğitim ortamının fiziksel durumu, idari personelin rolü, gelecekteki fırsatlar ve üniversite olanak olarak dikkat çekmektedir.

Akademik personelin rolü

Akademik personelin rolü, öğrenci memnuniyetinin belirlenmesinde önemli olduğu düşünülmektedir (Shah Nair ve Bennett 2013, Butt ve Rehman 2010, Gibson 2010). Yükseköğretim kurumlarında öğrenim sürecinin sağlanmasındaki en önemli unsurların, bilgilerini, öğrenim içeriğini ve öğretim yöntemlerini, işgücü piyasasına

yönelik vasıf ve hazır olma vasıflarını aktaran akademik personel olduğunu belirtmiştir (Purgailis ve Zaksa 2012). Başka bir araştırmada Hill ve ark (2003), eğitim-öğretim kurumlarındaki akademik personelin oynadığı rolün, öğrencilerin kaliteli eğitim algılarını belirlediğini belirtmektedir. Eğitim-Öğretimde tutarlı olan ve yeterli bilgi ve vasıfları gösteren nitelikli bir akademik personelin öğrenciler tarafından takdir edileceğini ileri sürmüştür (Douglas Douglas ve Barnes 2006) ve araştırmalarda akademik personel öğrenci memnuniyetini belirleyici unsurlar arasında üst sıralarda yer aldığını belirtmiştir.

Eğitim müfredatının içeriği

Fredickson'a (2012) göre öğrenci memnuniyetini eğitim-öğretim görülen kurumun müfredatının içeriği büyük ölçüde etkilenmektedir. Bu görüş, akademik fakültenin kalitesinin öğrencilere sunulan müfredatın içeriğinin etkilediğini ve böylece memnuniyeti en üst seviyeye çıkardığını iddia eden Purgailis ve Zaksa (2012) tarafından da desteklenmektedir. Müfredatın öğrenci memnuniyetini belirlemede önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Fredickson (2012), müfredatın zorlaştığı zamanlarda, öğrencilerin olumlu hizmet kalitesini algıladıklarını ve böylece memnuniyet kazandıklarını belirtmektedir. Benzer şekilde, Purgailis ve Zaksa (2012), öğrencilerin çalışma içeriğinin kalite algısı ile sonuçlandığını ortaya koymaktadır. Ders müfredatı ders kitaplarından öğrenme ve dersin bitirme sınavı ile sınırlı değildir. Sınavlar öğrencilerin ne kadar öğrendiklerini test etmek için önemli olsa da; dersler, öğrencilere teoriyi gerçek iş alanlarına uygulamayı göstermede aynı derecede önemlidir.

Eğitim ortamının fiziksel durumu

Yükseköğretimde öğrenci memnuniyetini etkileyen önemli unsurlardan birinin de kuruma ait fiziksel unsurlar olduğunu belirtmek doğru olacaktır. Eğitim-öğretim görülen kurumun tesisleri, genel olarak akademik tesisler ve akademik olmayan tesisler olarak sınıflandırılabilir. Akademik tesisler arasında eğitim öğretim görülen binalar, spor tesisleri, sosyal ve kültürel faaliyet alanları, laboratuvarlar, kütüphane kaynakları ve iyi donanımlı sınıflar bulunmaktadır. Akademik olmayan tesisler ise öğrencilerin barınmalarına olanak sağlayan yurtlar, oyun ve spor tesisleri, kültürel faaliyetler olarak belirtilebilir.

İdari personel

İdari personel, yükseköğretim kurumlarında eğitim-öğretimin içeriği kadar öğretme ve öğrenme oturumlarını organize ve koordine edilmesi de öğrenci memnuniyeti üzerinde oldukça etkilidir. DeShields ve ark (2005), derslerin gerçek dünyaya uygunluğunun, ders programlamasının, projelerin ve vakaların, öğrencilerin olumlu üniversite deneyimlerini etkilediğine dikkat çekmişlerdir. Üniversiteler ayrıca öğrenci memnuniyetini korumak için güvenli bir öğrenme ortamı sağlamalıdır (Bezuidenhout ve De Jager 2014, Butt ve Rehman 2010, Gibson 2010). Bu ortamın yükseköğretim kurumlarında sağlanmasında sorumlu personel idari personeldir. Öğitmenler sınıfta etkin dersler vermek ve öğrencilerle yakın iletişimde olmak için önemli olsalar da, işleyiş idari fakülte tarafından yürütülmektedir. Destekleyici idari personelin varlığının her zaman öğrencilerin memnuniyetine yol açmayabileceğini, yokluğunun ise memnuniyetsizliğe yol açabileceğini göstermektedir (Purgailis ve Zaksa 2012, Fredickson 2012, Gibson 2010, Elliott ve Shin 2002, DeShields Jr ve ark 2005).

Gelecek Beklentileri

'Gelecekteki beklentiler' faktörü, öğrencilerin üniversitelerinden mezun olduktan sonra öğrencilerin kariyerleri için nasıl hazırladığını ifade eder. Alanyazında gerçekleştirilen bazı araştırmaların, eğitim kurumlarının öğrencilerin entelektüel gelişimini ve küreselleşmiş dünyayla yüzleşmek için gerekli vasıfları geliştirmelerini desteklemesi gerektiğini öne sürmektedir (Bezuidenhout ve De Jager 2014, Gibson 2010, Elliott ve Shin 2002). DeShield ve ark (2005), öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları bölümden eldecekleri deneyimleri ile bilişsel vasıflar, kariyer gelişimi ve işletme vasıfları kazandığına ve bunun da öğrencinin yüksekokula bağlılığını korumasını sağladığına dikkat çekmektedir. Planlı staj programları, meslek profesyonelleri ile yapılan konferanslar ve uluslararası öğrenci konferansları, Munteanu ve ark (2010) tarafından ek eğitim boyutunda değişkenler olarak kullanılmaktadır. Buna karşın, Purgailis ve Zaksa (2012) tarafından yapılan bir çalışma, öğrencilerin işgücü piyasası için vasıfların ve hazırlığın öneminin farkında olmalarına rağmen, bu faktörlerin memnuniyetlerine yol açmadığını ileri sürmektedir.

Üniversite olanakları

Üniversite olanaklarının öğrenci memnuniyetini etkilediği yapılan farklı araştırmalar ile bulunmuştur (Bezuidenhout ve De Jager 2014, Gibson 2010, Douglas ve ark 2008). İşletme, kurum ve kuruluşların insanlara hizmet sundukları tesisler kavram olarak; bir işletmenin problemsiz hizmet sunmasını sağlamak için planlanmış, inşaatı gerçekleştirilerek ve çalışanların kullanımına sunulan fiziki yapılardır (Karna ve Julin 2015). Weerasinghe ve Fernando (2017), üniversite tesislerinin kalitesini, sınıfların fiziki görünümü, kütüphanenin fiziki görünümü, fen ve bilgisayar laboratuvarlarının görünümü, sosyal alanların durumu, yurtların genel görünümü ve öğrenci yemekhanelerin yeterlilikleri ile eşdeğer olarak değerlendirmişlerdir. Alanyazın incelemesinde yapılan çalışmaların birçoğunda üniversite olanakları ile öğrenci memnuniyeti arasında istatistiksel açıdan önemli bir ilişki bulunmaktadır (Yusoff ve ark 2015, Karna ve Julin 2015, Hanssen ve Solvoll 2015, Douglas ve ark 2006, Navarro ve ark 2005).

1.1.4. Yükseköğretimde Öğrenci Memnuniyetinin Önemi

Yirminci yüzyılın son çeyreği ile birlikte bilgi ve teknoloji çağına hızla geçiş ve toplumların bu geçişle beraber eğitim olan yönelimlerinde ciddi artış görülmüştür. Eğitime olan yönelim toplumların hayatına yön veren UNESCO, OECD, AB komisyonu, Dünya bankası gibi önemli kurum kuruluşlarında önemli konuları arasında yerini almıştır. Ülkemizde de dünya milletlerinin göstermiş olduğu yönelime eğilim dikkat çekmektedir. Son dönemlerde Yükseköğretim kurumlarında görülen artış (2002 yılında 76 üniversite, 2022 yılında ise 208) ülkemizde de eğitime büyük yatırımlar yapıldığını göstermektedir. Bu artış beraberinde rekabeti de getirmiştir. Yükseköğretim kurumlarının ulusal ve uluslararası artan rekabet ortamında var olabilmeleri için kurumun birincil paydaşları olan öğrencilerin taleplerini anlayarak oluşan bu taleplere cevap vermesi önem arz etmektedir. Böylece yükseköğretim kurumları için son dönemlerde yapılan araştırmalarda dikkat çeken konulardan biri olan öğrenci memnuniyeti konusu gündeme gelmektedir.

Öğrenci memnuniyeti yükseköğretim kurumları için oldukça önemli konu başlıklarından birini oluşturmaktadır. Bryant ve Bodfish (2014), tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada yükseköğretim kurumları için öğrenci memnuniyetinin önemli bir performans parametresi olarak düşünüldüğünü ve aynı zamanda üniversiteler tarafından büyük bir hassasiyetle yürütülen kalite güvence aşamalarında

da uygulandığını belirtmiştir. Yükseköğretim kurumlarının hızla gerçekleşen değişimlere uyum sağlayabilmesi ve bu değişimlere uyum sağlayarak yönetilebilmesi için bu kurumların birincil paydaşları olan öğrencilerin memnuniyet durumlarını artıran etkenlerin tespiti ve öğrenci memnuniyetinin belirli aralıklarla değerlendirilebilmesinin büyük önem arz ettiği gerçekleştirilen çalışmalar ile ortaya konmuştur (Yıldırım ve ark 2015, Marozzi 2012, Biber 2013, Çelebiler ve ark 2013).

Yükseköğretim kurumları öğrenci memnuniyetini sağlayabilmesi için sunulan hizmet kalitesini geliştirirken en önemli paydaşı olan öğrencilerin beklentileri ve memnuniyeti göz ardı edilmemelidir. Öğrenim görmekte olduğu eğitim kurumunda öğrencilerin beklentileri sadece bilgiye değildir. Öğrenciler edinmiş oldukları teorik bilgini aktarımı ve kişisel gelişimlerini destekleyen farklı hizmetlerin sunulması da öğrenci beklentileri arasındadır. İçli ve Vural (2010) tarafından yapılan araştırmada yükseköğretim kurumunun öğrencilerin hizmetine sunduğu kütüphane, kantin, sosyal, kültürel ve sportif faaliyetler için ihtiyaç duyulan alt yapı ve benzeri fiziksel koşullar öğrencilerin memnuniyet etkilemektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde öğrenci memnuniyetini yorumlamak ve üniversitelerin hizmet kalitesini artırmak için birincil paydaşları olan öğrenci görüşleri önemli bir data olarak ele alınabilir.

İşletmelerin hedef kitlelerine ulaşmada kullandıkları yöntemlerden biri olan reklam faaliyetleridir. Yükseköğretim kurumları özel işletmeler gibi reklam faaliyetlerini hedef kitleye ulaşmada öncelikli durum olarak görmemektedirler. Cemes ve ark (2008), eğitim-öğretim faaliyetleri sonucunda oluşacak yüksek seviyede öğrenci memnuniyetinin öğrencilerde yüksek sadakat duygusu oluşturacağı ve bu durumda farklı platformlarda üniversiteleri hakkında olumlu görüş sunacağı ve bu şekilde üniversitelerinin tanıtımına dolaylı olarak katkıda bulunduklarını belirtmektedir.

Yükseköğretim kurumları için öğrenci memnuniyetinin bir önemli nedeni ise üniversite ilk yıllarında öğrenim görmekte oldukları bölümlerine uyum sağlayamayan öğrenciler öğrenimlerini sonlandırma durumu ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum finansal olarak değerlendirildiğinde öğrencilerin problemleri ortadan kaldırılarak elde tutulmaya çalışılması yeni öğrencinin gelmesini beklemekten daha verimli olacağı belirtilmektedir. Tinto (1987) öğrenim görmekte olan öğrencinin elde tutulamaması hem finansal hem de insan kaybı olduğunu ve bu durumun yükseköğretim ve diğer bir

paydaş olan veliler açısından endişe kaynağı olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca Elliot (2002) yükseköğretim kurumlarının eldeki mevcut öğrencilerin devamlarının sağlanmasının yeni bir öğrenci kabul etmekten finansal olarak daha az maliyetli olacağını belirtmiştir. Özetle; yükseköğretim kurumlarında öğrenci memnuniyeti sağlanarak öğrencilerin öğrenimlere devam etmeleri sağlanması durumu kurumlara finansal olarak yük olmayacağı gibi topluma nitelikli bireylerin kazandırılması açısından da önem arz etmektedir.

Yüksek öğretimde öğrenci memnuniyeti için birinci yıl deneyimlerinin değerlendirilmesi en önemli boyutlardan biridir. Bu nedenle, birinci sınıf öğrencilerinin memnuniyetini etkileyen belirleyicileri veya faktörleri araştırmak önemlidir. Bir öğrencinin üniversitenin ilk yılında oluşan algılarının ve deneyimlerinin gelecekteki başarı ve mezuniyet için temel oluşturduğu düşünülmektedir. Oldukça memnun olan öğrencilerin çalışmalarına devam etme ve mezun olma olasılıkları daha yüksek olduğundan, öğrenci memnuniyetini düzenli olarak değerlendirmek önemlidir. Schertzer ve Schertzer (2004) ve Styron (2010), öğrenci memnuniyeti ve üniversite mezuniyeti arasındaki ilişkileri araştırırken, Styron (2010) öğrenciyi elde tutmanın çeşitli sosyal ve akademik katılım faktörleri ile ilişkili olduğunu ve üniversiteyi terk eden öğrencilerin sosyal katılım ve fakülte erişilebilirlik memnuniyetinin devam eden öğrencilerden önemli ölçüde daha düşük olduğunu tespit etmiştir.

Memnuniyet, öğrencileri daha çok çalışmaya, başarıya ulaşmaya ve mezuniyete kadar devam etmeye motive edebilir. Oja (2011), öğrenci performansının çeşitli kurumsal yönlerden öğrenci memnuniyeti puanlarıyla istatistiksel olarak ilişkili olduğunu buldu. Bir başka çalışmada, Bryant ve Bodfish (2014) dört farklı yükseköğretim kurumunda öğrenci memnuniyeti ve öğrenci mezuniyet oranlarını araştırmış ve öğrenci memnuniyeti düzeyi arttıkça mezun olan öğrenci sayısının arttığı sonucuna varmıştır.

1.2. Sadakat Kavramı

Küreselleşmenin etkileriyle beraber rekabetin artması, hedef kitlenin istek ve ihtiyaçlarının hızla değişmesi işletmeler açısından değerlendirildiğinde müşteri sadakati kavramını ön plana çıkartmaktadır. Rekabetin arttığı ortamda birbirleri ile yarış içerisinde olan işletmeler bir adım öne geçebilmek ve diğer işletmelere göre

farkındalık oluşturabilmek için çabalamaktadır. İşletmeler müşterilerin bir işletmeye bağlanması ve diğer işletmelere rağmen o işletmeyi tercih etmeye devam etmesi işletme adına önemli bir rekabet avantajıdır. Çünkü eski müşteriyi elde tutmak işletmeler için yeni müşteri kazanmaktan finansal olarak avantajlıdır (Lin ve Wang 2005). İşletmeler yeni müşteri kazanma maliyeti ile eski müşteri maliyetini karşılaştırdıklarında eski müşteriyi elde tutmak altı kat daha avantajlı olduğu tespit edilmiştir (Atalık 2007). Bu bağlamda değerlendirildiğin işletme için gönülden harcama yapan ve olumsuz durumlarda bile işletmeyi terk etmeyen sadık müşterilerin oluşturulması önem arz etmektedir (Avcıkurt Köroğlu 2006).

Oliver (1997) bireyin davranışını etkilemeye yönelik potansiyel pazarlama çabaları ya da durumsal etkilere rağmen, satın alınan hizmet veya ürünü tekrar satın almaya sıkı sıkıya duyulan bağlılık durumu olarak tanımlamıştır. Bir başka tanıma göre sadakat satın alınan bir hizmet veya ürüne karşı tüketicinin göstermiş olduğu pozitif tutum ile hizmet veya ürünü tekrar tüketme sıklığı arasındaki durum olarak ifade edilebilir. Odabaş (2005) tarafından yapılan tanıma göre sadakat tercihler arasında seçim hakkı olmasına rağmen aynı markayı seçmesi veya zorunlu ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli aynı hizmet ya da ürün sunan işletmeye yönelme arzusu ve davranışı olarak tanımlamıştır. Kim ve Yoon'a (2004) satın alınan bir ürün veya hizmet sonrası müşterinin işletme veya markayla olan bağlantısını sürdürmesi ve bu işletme veya markayı sosyal çevresine tavsiye etmesine müşteri sadakati olarak tanımlamıştır. Aktepe ve ark (2008) müşteri sadakati kavramını, tüketicinin gereksinim duyması durumunda tutarlı bir şekilde aynı işletme veya markayı tercih etmesi durumu olarak ifade etmiştir. Bir başka tanımda ise, hizmeti veya ürünü satın alabileceği farklı işletme ya da marka olmasına rağmen tüketicinin işletme veya markaya yönelik duyduğu bağlılığa müşteri sadakati denir (Arpacı ve Batman 2015).

Alan yazın incelendiğinde sadakat kavramı üzerinde kavram, teori, kuram çalışmaları gerçekleştiren Oliver (1999) sadakat kavramını 4 aşamada incelemiştir. Oliver'a göre sadakati oluşturan bu aşamalar bilişsel, duygusal, arzusal ve eylemsel olarak belirtilmiştir. Bilişsel sadakat marka hakkında sunulan bilgileri değerlendirerek markaya yönelik tutumun açıklanması olarak ifade edilir. İkincisi duygusal sadakat markaya yönelik beğenme veya tutumu ifade etmek için memnun eden kullanım durumlarını biriktirmeye denir. Üçüncüsü arzusal sadakat tüketicinin belirli bir

markayı sürekli satın alması ve davranışsal niyeti ile ilgili olan durumudur. Son aşamada ise eylemsel yani tüketicinin satın alma eylemini engelleyebilecek engellerin üstesinden gelmek için ilave bir arzu olması durumu olarak ifade etmiştir.

Sadakat kavramı, hizmet veya ürün satın alacak müşterinin mağazaya ya da markaya olan olumlu tutumu şeklinde ifade etmiştir (East ve ark 2000). Giddens, (2002) tarafında bir tüketicinin hizmet satın alması veya ürün kullanımı sonucu oluşan tatmin sonucu markayı bir başkasına tavsiye ediyorsa, bahsi geçen markaya daha fazla fiyat ödemeye razı ise kişi markaya sadakat gösterdiğini ifade etmiştir. Başka bir tanımda Gremler ve Brown (1996) kişinin işletme veya markaya yönelik pozitif davranışı, gereksinimlerinin temini için yalnızca bahsi geçen işletme ya da markayı alternatifler arasında seçmesi ve bu davranışları tekrarlama sıklığına müşteri sadakati denir. Ayrıca Dick ve Basu (1994) tarafından sadakat, satın alma davranışının gerçekleştiği mağazaya veya işletmeye karşı gösterilen bağlılık olduğunu ifade etmişlerdir.

Müşteri sadakati kavramı algılanan hizmet kalitesi sonucu meydana gelen duygusal bağlılık olarak ifade etmiştir (Kandampully 1998). Ayrıca Kandampully (1998) müşteri sadakatinin tüketici memnuniyetinin aksine kişilerin davranışlarına dayandırıldığı ve tesadüfı olmayan karar birimlerince verilen bir hizmet veya ürün satın alma olduğunu belirtmektedir. Belirli bir hizmet veya ürün satın alma esnasında markaya veya işletmeye bağlı bir müşterinin tekrar satın alma davranışını sergilerken neyi ve kimden hizmet veya ürün satın alacağı hakkında belirli bir fikre sahip ve markaya, hizmete veya işletmeye pozitif bir bağlılık hissi ile davrandığını belirtmiştir (Giffin 1995).

Eser ve ark., (2011) tarafından bir hizmet veya ürün satın alma sonucu oluşan sadakat ifadesinin sadece bir tercih olarak düşünölemeyeceği müşterinin net olarak durumu benimsemesi olarak düşünölebileceğini belirtir. Ayrıca müşteri sadakatini, bir markayı ya da işletmeyi farklı marka veya işletmelerden daha fazla sevdiği anlamını taşımadığı, sadakatin psikolojik bir taahhütte bulunmayı veya adanmak gibi bir kavram olarak ifade edilebileceğini belirtmiştir. Sadık bir müşteri benzer hizmet veya ürün üreten işletmelerin ucuza çıkardığı ürönlere eğilim göstermezken bile daha maliyetli olsa bile kendi mağazasından hizmet veya ürün satın almaya devam eder (Eser ve ark 2011).

1.2.1. Öğrenci Sadakati

Sadakat kavramı farklı disiplinlerde gelişen ve değişen dünya düzeni ile beraber artan rekabet ortamında işletmelerin var olabilmesi için önem verdiği çalışma alanlarından biri haline gelmiştir. Ekonomi, işletme, pazarlama vb. araştırma alanlarının başı çektiği disiplinlerde ağırlıklı çalışma konusunu oluşturan sadakat kavramı rekabetin eğitim kurumlarına aktarılmasıyla beraber araştırmacılarında dikkatini çeken konu başlıklarından birini oluşturmaktadır. Farklı disiplinlerde çalışma konusu olmasına karşın sadakat kavramının ortak bir tanımı eğitim kurumları için yapılamamıştır. Yu ve Kim (2008) öğrenim görmekte olduğu kuruma öğrencinin tamamen pozitif olarak beslediği duygular ile alakalı olduğu öğrencinin finansal durumu ya da farklı bir durumu sonucunda gerçekleşmediğini ifade etmişlerdir. Öğrenci sadakati öğrencinin üniversiteye ve öğrenim gördüğü fakülteye karşı hisleri, kavramsallaştırması ve duygularını kapsayan psikolojik durumu olarak tanımlanır. Oliver (1999) tarafından öğrenci sadakati farklı alternatiflerin bulunduğu ortamda, mezun öğrenci tarafından gerçekleştirilecek olan tekrardan alınacak eğitim programı için mezun olunan üniversitenin seçimi, bireyin sosyal çevresi veya mesleki çevresinde mezunu olduğu kurumu tavsiye etmesi veya savunması, mezun öğrencileri ve aynı zamanda üniversitenin dış paydaşları olarak kurum ile işbirliklerini artırmak olarak ifade etmiştir. Sadakatin öğrencinin üniversitede öğrenim gördüğü süre içerisinde gösterdiği bağlılık olarak ifade edilemeyeceği sadakatin mezun olduktan sonra devam etmektedir (Giner ve Rillo 2016, Schlesinger ve ark 2016).

Helgesen ve Nasset (2007) tarafından öğrenci sadakatini öğrencinin üniversitesi ile olan ilişkisini mezun olduktan sonra devam ettirmesini sağlayan bilişsel, duygusal ve davranışsal olmak üzere üç boyutta incelendiğini ifade etmiştir.

Öğrenci sadakati iki aşamada gerçekleşmekte ilki davranışsal ve ikincisi tutumsal olaraktır (Vianden ve Barlow 2014). Öğrenim görmek olduğu üniversitede eğitime devam etmesi ve gelecekteki eğitim gereksinimi ve planları arasında aynı üniversiteyi seçme niyetine davranışsal öğrenci sadakati denir (Mohamad ve Awang 2009). Hennig-Thurau ve ark (2001) tutum açısından, öğrenci sadakatini üniversitelerin mezun öğrencilerinin gerçekleştirecekleri bağışlar yoluyla üniversitelere destek olmaları, aynı zamanda üniversiteden mezun olacak öğrencilere yardımcı olabilir, öğrencilere işletmelerinde staj fırsatları sunabilir ve

üniversitesini sosyal çevresi ve mesleki çevresinde savunması ve tavsiye etmesi durumu olarak değerlendirmiştir.

Öğrenciler üniversitenin hedeflerinin kendi hedefleriyle bağdaştığını hissettiği anladığı zaman, kurum yararına gayret göstermeye başlar (Alvesson 2000). Bu fikir neticesinde kurumları hakkında kulaktan kulağa olumlu ifadeler kuracak, yakın çevresine kurumu tavsiye edecek ve üniversitesi hakkında kurulacak olumsuz ifadelere müsaade etmeyecek tavır sergileyecektir (Bhattarcarya ve Sen 2003, Ceylan ve Özbal 2008).

Üniversite tarafından desteklenen projelerde yer alan, gerçekleştirilecek araştırmalara katkı sunan, kurumu için sosyal, kültürel ve sanatsal faaliyetlerde bulunan kabiliyetli ve sadakat düzeyi yüksek öğrenciler kurumlarına karşı derin bir bağlılık duyacaklardır (Henning-Thurau ve ark 2001). Yükseköğretim kurumlarında sadakat düzeyi yüksek öğrencilerin (lisans tamamlama, ön-lisans eğitimi sonrası, lisansüstü eğitimi) üniversitelerde eğitimlerine devam etmek istemeleri, bilimsel, sosyal ve kültürel faaliyetlerle üniversitelerini desteklemeleri ve bu kurumların gelecek öğrenciler için bir cazibe merkezi haline gelmelerini desteklemeleri beklenmektedir (Helgesen ve Nettet 2007, Oliver 1997).

Alanyazına oldukça önemli katkılar sunan Henning-Thurau (2001) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre sadakat düzeyi yüksek bir üniversite öğrencisi kurumdan mezun olduktan sonra;

1. Finansal olarak üniversitesine örneğin, üniversitenin gerçekleştireceği araştırma projelerini desteklemesi, mezunu olduğu üniversitesine bağışta bulunması,
2. Gelecekte muhtemel öğrencilere üniversitesini savunması ve tavsiye etmesi,

3. Katılım sağlayacağı konferans, seminerlerde üniversitesini temsil etmesi,

Özetle; sadakat düzeyi yüksek öğrencilerin üniversitelerine sağladıkları avantajlar, üniversitede almış olduğu eğitim öğretimin süresi ile sınırlandırılmaz. Asıl sadakat düzeyi yüksek öğrenci üniversitesini mezun olduktan sonrada sosyal çevresi ve mesleki çevresinde savunan ve temsil eden öğrencidir. Başka bir ifadeyle öğrenci sadakati öğrencinin üniversiteye ilk adımından, mezuniyetine ve daha ötesine uzanan birçok aşaması olan bir kavram olarak karşımız çıkmaktadır.

1.2.2. Müşteri Sadakatının Boyutları

Bilişsel boyut

Alanyazında müşteri sadakatini oluşturan boyutlar farklı araştırmacılar tarafından ele alınmıştır. Müşteri sadakatini oluşturan boyutlar incelendiğinde ilk olarak Oliver (1999) tarafından müşteri sadakatının ilk boyutu olarak bilişsel sadakat boyutu olduğu ifade edilmiştir. Bilişsel sadakat müşterilerin hizmet veya ürünü satın almadan önce elde etmiş oldukları tecrübe ile meydana gelmektedir. Müşteri bu aşamada satın almayı düşündüğü hizmet veya ürün hakkında bilgi vakıf değildir. Bu sebeple müşteriden hizmet, ürün veya şirkete karşı bir tutum veya davranış geliştirmesi beklenmez (McMullanve Gilmore 2004).

Dolayısıyla müşteri benzer bir hizmet ya da ürünle ilgili bilgi edindiği zaman var olan satın alma eyleminden vazgeçmesi söz konusu olabilir. Müşteri sadakatının ölçülmesi esmasında bilişsel sadakat boyutu tutumsal ve davranışsal sadakat boyutların birleştirilerek hizmet veya ürünü satın alacak kişinin ürün tercihlerini, işletmeye bağlılığını ve müşterinin mevcut satın alma düzeyini dikkate alarak gerçekleştirir (Çatı ve Koçoğlu 2008).

Tutumsal boyut

Müşteri sadakatının ikinci bir boyutu olan tutumsal sadakat boyutudur. Başka bir ifadeyle duygusal sadakat olarak da adlandırılır. Tutumsal sadakat (duygusal sadakat) tüketicinin belirli bir firmanın sembolik özelliklerine göre müşteride gelişen marka inancının meydan getirdiği pozitif duygusal tepki durumudur (Güneren 2004). Bu boyut ile birlikte müşteri sadakati hizmet veya ürün satın alacak kişinin zihninde bilişsel yada duygusal olarak şifrenlenmektedir. Müşteri sadakati boyutlarından biri olan bilişsel sadakat seviyesinde hizmeti veya ürünü satın alacak kişinin farklı hizmet ya da ürünü seçme durumu yüksek olabilir. Öte yandan tutumsalsadakate boyutuna geçmiş bir müşterinin sadakat seviyesinin azalması oldukça zayıftır (Oliver 1999).

Davranışsal sadakat boyutu

Firma veya markadan bir hizmeti veya ürünü satın alma niyeti içerisindeki bir müşterinin sadakatının karşımıza davranışsal bir yönelim olarak çıktığı durumda söz konusu olan boyut davranışsal sadakat boyutudur. Bu boyutta hizmeti veya ürünü satın

almayı düşünen müşteri davranışsal bir durum olarak daha önce satın almış olduğu hizmeti veya ürünü tekrar satın almak isteyecektir (McMullan ve Gilmore 2004). Müşteri için farklı hizmet veya ürün için şartların eşit olması veya aynı olması durumunda ise davranışsal boyutta müşterinin genel tutumu ve yönelimi aynı hizmet ya da ürünü alma yönünde olacaktır (Rice 1997).

Özetle; Bir hizmet veya ürün satın alınmadan önce firmalar müşteri sadakatinin oluşturulması sürecinde müşteri sadakat boyutlarını en iyi şekilde özümsemeli ve müşterileri bilişsel boyuttan davranışsal boyuta yönlendirilmesi önemli olacaktır. Artan ve gelişen rekabet ortamında işletme ve markaların müşteri sadakatini ilerletme sürecinde bahsi geçen boyutların dikkate alınması ve müşteri sadakatinin sürekliliği hususunda firmalar ve markalar için faydalı olacaktır (Arpacı 2015).

1.2.3. Yüksek Öğretim Kurumlarında Öğrenci Sadakatinin Önemi

Yükseköğretim kurumları her yıl düzenli olarak mezun verdikleri öğrencilerin yerini yeni öğrencileri ile doldurmaktadır. Fakat yükseköğretim kurumları için boşluğu doldurulan bir sistemde mezun öğrencilerde önem arz etmektedir. Çünkü öğrenci sadakati kavramı yükseköğretim kurumları için sadece formel (kayıtlı) öğrenciler için geçerli bir kavram değildir. Sadakat düzeyi yüksek öğrencilerin üniversitelerine katkıları mezuniyet sonrası daha fazladır. Bu nedenle mezun öğrencilerin mezuniyet sonrası kurumları desteklemeye devam etmeli (Helgesen ve Nessel 2007) ve bu öğrencilerin sadakatleri kurumlar için önem arz etmektedir.

Yükseköğretim fırsatı sunan kurumlar için öğrenci sadakati kavramı stratejik konu başlıklarından biri haline gelmiştir (Henning-Thurau ve ark 2001, Helgesen ve Nessel 2007). Yükseköğretim kurumları hızla ilerleyen bilgi ve teknoloji çağında rekabet içerisinde olduğu diğer kurumlar ile rekabette var olabilmek ve kalıcı olabilmek için öğrenci sadakatine önem göstermelidir. Çünkü üniversitelerin asıl amacı bilim ve teknoloji üretmek ve fark yaratmak fakat diğer kurumlardan daha farklı olacak bir hareket ise mezun öğrencilerinde oluşturacağı sadakat durumudur. Böylece gerçekleştirilecek bilimsel, sosyal ve kültürel faaliyetler dış paydaşlar tarafından desteklenecek ve üniversiteye değer katacaktır. Bu açıklamaları destekler nitelikte Ridley ve Boone (2001) tarafından gerçekleştirilen araştırma bulguları ise üniversiteye sadakati yüksek olan mezun öğrencilerin katkılarını önemli olduğun ifade etmiştir.

Ayrıca bu öğrencilerle iletişimin koparılmaması gerektiği, düzenli zaman periyotlarında ele alınmış bilgilendirici yayınları, üniversitede gerçekleştirilecek faaliyet duyurularını ve üniversitenin ihtiyaçları hakkında bilgilendirici faaliyetler yapılmasının gerekli olduğu ifade edilmiştir.

Literatür incelemesinde öğrenci sadakati üzerine dikkat çeken çalışmalar gerçekleştiren Hening-Thurau ve ark (2001) üniversiteler için öğrenci sadakatının önemini aşağıdaki gerekçelerle açıklamıştır;

- Eldeki mevcut öğrencilerin sistem içerisinde tutulması, gelecekte yeni öğrencilerin kazanılması üniversiteler için gerçekleştirilecek faaliyetler açısından hayati önem taşır.
- Öğrenciler üzerinde oluşturulacak sadakat durumu dolaylı olarak öğrencilerin eğitim aktivitelerine katılımını etkileyecek ve bu durum öğretimin kalitesine olumlu olarak yansıtacaktır.
- Üniversiteler sadakati yüksek öğrenciler oluşturmaları durumunda dolaylı olarak üniversitelere katkı sağlayacaktır. Çünkü bu öğrenciler mezuniyetleri sonrası kurumlarına finansal olarak destek, kurumu diğer öğrencilere tavsiye etme ve eğitim etkinlikleri ve sosyal faaliyetlere aktif katılım şeklinde katkıda bulunacağını ifade etmiştir.

1.3. Memnuniyet ve Sadakat Kavramlarının İlişkisi

Günümüzde görülen ve her geçen gün artan rekabetin görüldüğü herhangi bir sektörde devamlı bir rekabet avantajı sağlamak için daha önce kazanılan mevcut müşterilerin tekrar satın almaya teşviki ve müşteri sadakatının ilerletilmesine gerek duyulmaktadır. Alanyazında yapılan teorik ve ampirik çalışmalar, hizmet veya ürün pazarlayan işletmeler için müşteri sadakatının sağlanmasında ana unsurun müşteri memnuniyeti olduğunu göstermektedir (Oliver 1999, Arasıl ve ark 2004).

Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi alanyazında birçok farklı çalışmada ele alınan (Kim ve ark 2004, Kim ve ark 2007, Marangoz ve Akyıldız 2007, Wantara 2015, Castillo Canalejo ve Jimber del Río 2018, Çelikkol ve Bakır 2022) önemli konu başlıklarından biridir. Özellikle ekonomi, işletme, pazarlama gibi alanlarda müşteri memnuniyeti ve sadakati kavramları sıklıkla kullanılmaktadır. Bu ilişkinin önemi, müşteri memnuniyetinin müşteri sadakatına yol açan bir değişken bir

faktör olarak görülmesinden ve memnuniyet kavramı sadakatin ölçülmesinde dikkate alınan başlıca ölçüt kavramlarından biri olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. Alanyazında dikkat çeken bir çalışma bulgusuna göre hizmet veya ürün üreten firma ve markalar üzerine yapılan bir çalışmada, müşterilerde oluşan memnuniyet durumu sadakat öncesi görülen bir durum olarak değerlendirilirken, firmaya veya markaya sadakat gösteren müşterilerin mutlaka memnun olmuş müşteriler olmadıkları, ama hizmet veya ürün satın alımından sonra memnun olmuş müşterilerin, firmaya veya markaya sadakat gösterme eğiliminde oldukları ifade edilmektedir. Bu bağlamda, hizmet veya ürün kullanımdan memnun olan bir müşterinin, firma ya da markayı değiştirmesi için çok az motivasyon unsuru bulunmakta, müşteri memnuniyet düzeyinin artırılması, daha çok duygusal sadakate ve gelecekte yeniden satın alma fikrine ve davranışına yol açacağı söylenebilir (Methlie-Nysveen 1999).

Müşteri memnuniyet araştırmalarının temel amaçlarından biri, daha önce hizmet ya da ürün satın alan mevcut müşterilerinin bahsi geçen işletme veya marka ile müşteri-satıcı ilişkisinin sürekliliği ve devamının sağlanması için sadakatin kazanılmasıdır. İşletme veya marka müşteriyi değerlendirirken, sadece memnuniyetini değil aynı zamanda işletme veya markaya ne kadar sadakat gösterdiği üzerinde durulması gerekir. Çünkü müşteri memnuniyeti değerlendirme yapılırken ara bir araçtır asıl amaç müşterinin satın almış olduğu hizmeti veya ürünü satın almak için sürekli gelmesi ve taraftar olmasını sağlayacak değerlendirmeler yapılmasıdır.

İşletmeler veya markalar için en önemli pazarlama hedeflerinden biri müşteri sadakatinin artırılması olduğu söylenebilir. Bununda gerçekleştirilmesinin ana etkenlerinden birinin müşterilere sürekli kaliteli ürün ve hizmet sunulmasıyla mümkün olacaktır. İşletmeler veya markalar için müşteri memnuniyetini sağlamak için gerçekleştirilen çalışmalar ilk başlarda ek bir maliyet olarak düşünülse de, daha sonrasında oluşturulan sadık müşteriler sayesinde, işletmenin veya markanın reklam maliyetlerinde azalma görülecektir. Ayrıca işletme veya markanın sadık müşterilerinin artması işletmenin veya markanın hizmet veya ürünlerinin fiyat ayarlamasında daha rahat hareket etmesi yönünde kolaylık sağlayacaktır. Müşteri memnuniyetinin oluşturulmasıyla beraber müşterinin sosyal ve mesleki çevresindeki konuşmaları ve eşe dosta işletmeyi veya markayı tavsiye etmesi sayesinde yeni müşterilerin kazanılması kaçınılmaz olacaktır (Türkyılmaz ve Özkan 2005). Alanyazında

gerçekleştirilen birçok araştırmada müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Müşterinin satın almayı düşündüğü hizmet veya ürün ile ilgili beklentilerinin hangi seviyede olduğu müşteri memnuniyet düzeyini temsil ederken aynı müşterinin hangi olasılıkta hizmet veya ürün satın almış olduğu işletmeye geleceğı ve bunun süreklilik durumu müşterinin işletmeye olan bağlılığını gösterir. İşletme için her sadık müşteri memnun edilmiş müşteridir ancak aynı müşteri için memnun olması müşterinin sadık müşteri olduğunu ifade etmez (Bowen ve Shoemaker 1998).

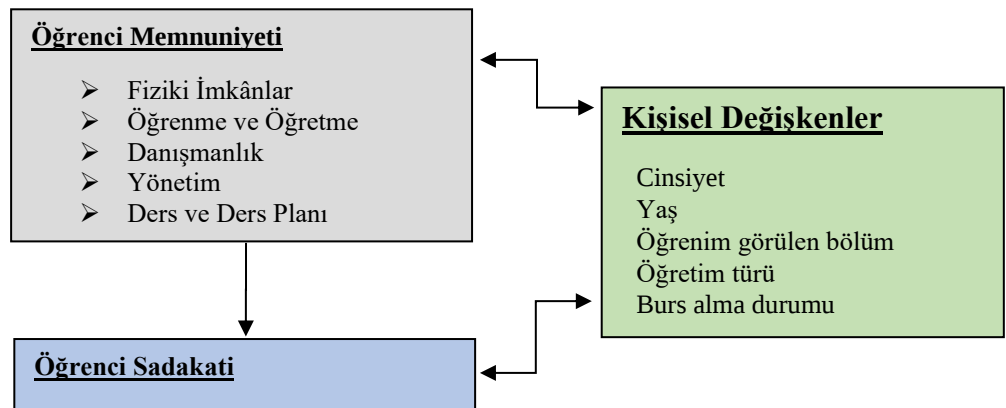


2. GEREÇ VE YÖNTEM

Tez çalışmasının metodu (gereç ve yöntem) kapsamında, kavramsal çerçeve ışığında bilgi verilen ve ortaya konulan modelle ilgili araştırmanın modeline, araştırma hipotezlerine, veri toplama yöntemine, evren ve örnekleme, analiz yöntemine ve çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca araştırmanın “Spor Bilimleri Fakültelerinde Öğrenci Memnuniyeti ve Sadakati Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” konulu proje Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğünün 30/06/2021 tarih ve 25/14 sayılı kararı ile tez olarak hazırlanmasına ve Selçuk Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesinin Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulundan 30/06/2021 tarih E.92837 nolu etik kurulu onayı ile hazırlanmasına oy birliği ile karar verilmiştir.

2.1. Araştırma Modeli

Büyüköztürk (2007)’e göre bir araştırmanın modeli belirlenen çalışma konusunun probleminin ve alt problemlerinin ortaya konulduğu bir tasarımdır. Bu çalışmada üniversitesinden memnun olan öğrencinin üniversitesine sadık olması savından yola çıkarak; spor bilimleri fakülteleri öğrencilerinin sadakatine etki eden memnuniyet faktörlerini belirlemek amacıyla nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Belirlenen bu amaçla çalışmada, öğrencilerin memnuniyet faktörlerinden olan “Fiziki İmkânlar”, “Öğrenme ve Öğretme”, “Danışmanlık”, “Yönetim” ve “Ders ve Ders Planı” bağımsız değişkenlerinin bağımlı değişken konumunda olan öğrenci sadakatini yordayıp yordamadığı da ilişkisel tarama modelinden yararlanılarak ölçülmeye amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada kişisel değişkenlerin öğrenci memnuniyeti ve sadakati üzerindeki farklılıkları da ortaya konulmaya çalışılacaktır.



Şekil 2.1. Araştırma Modeli

Araştırma, bağımsız ve bağımlı değişkenlerden oluşmaktadır. *Bağımsız değişken*; öğrenci memnuniyeti ve alt boyutları *bağımlı değişken*; öğrenci sadakati üzerindeki etki olarak araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırmanın amacına göre hazırlanan kişisel farklılıkların memnuniyet ve sadakat üzerindeki farklılıkları da incelenmiş ve araştırma modeli yukarıdaki Şekil 2.1’de verilmiştir. Bu model kapsamında oluşturulan hipotezler ise şu şekildedir;

H₁: Öğrenci memnuniyetinin, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1a}: Fiziki İmkânların, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1b}: Öğrenme ve Öğretmenin, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1c}: Danışmanlığın, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1d}: Yönetimin, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H_{1e}: Ders ve Ders Planının, öğrenci sadakati üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Çalışmada ayrıca, kişisel değişkenler itibariyle öğrencilerin memnuniyet ve sadakat algılarının, anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. İlgili hipotezler (birleştirilmiş olarak) aşağıda yer almaktadır.

H₂: Öğrenci memnuniyeti kişisel özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Öğrenci memnuniyeti cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Öğrenci memnuniyeti yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Öğrenci memnuniyeti öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Öğrenci memnuniyeti öğretim türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Öğrenci memnuniyeti burs alma durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃: Öğrenci sadakati kişisel özelliklere göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Öğrenci sadakati cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Öğrenci sadakati yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Öğrenci sadakati öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Öğrenci sadakati öğretim türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Öğrenci sadakati burs alma durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.

2.2. Araştırma Evren ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini, 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Türkiye’deki Spor Bilimleri Fakültelerinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Yükseköğretim kurumları sınavı (YKS) yükseköğretim programları ve kontenjanları kılavuzuna göre ülkemizde devlet üniversitelerinde 56 Spor Bilimleri Fakültesi bulunmaktadır (YKS, 2021).

Araştırmada örneklem seçiminde olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinden tabakalı tesadüfî örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Ancak özellikle olasılığa dayalı örnekleme stratejilerinin kullanıldığı çalışmalarda örneklem boyutu ne kadar geniş tutulursa evrenin o kadar iyi temsil edilmesi mümkün olacağı (Fraenkel and Wallen 2000) belirtilmiştir. Araştırmada olasılığa dayalı orantılı tabakalı örneklem tekniği, çalışma kapsamına dâhil edilen her bir üniversite ve spor bilimleri fakültelerinin Türkiye’deki bölgelere göre eşit oranda temsil edebilme yeteneğinden dolayı tercih edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen 35 spor bilimleri fakültesinin dört farklı bölümünde (antrenörlük eğitimi, beden eğitimi ve spor öğretmenliği, rekreasyon ve spor yöneticiliği) öğrenim gören ve araştırmaya katılan 2458 son sınıf öğrencisi çalışmanın örneklemi oluşturmuştur. Bu çalışmada son sınıf öğrencilerinin seçilme nedeni üniversite yaşamının son döneminde olmaları nedeni ile üniversitelerinin birçok imkan ve hizmetlerinden yararlanma olasılığının yüksek olması, üniversite ve fakülteleriyle ilgili belirli bir birikime sahip olabileceklerinin düşünülmesi

varsayılmasındandır. Bununla beraber uygulama aşaması Covid-19 pandemi dönemine denk gelmesi sebebiyle, veriler dijital ortamda toplanmıştır. Yine bu süreçte araştırmaya izin veren fakültelerin bölüm başkanlarıyla iletişime geçilmiş ve ilgili bölümlerdeki sınıf danışmanlarının iletişim bilgileri alınarak öğrencilere ulaşılmış ve ulaştırılan link ile (whatsApp vb.) çalışma hakkında bilgilendirilmiş ve veriler toplanmıştır.

Tablo 2.1. Örneklem grubunu oluşturan üniversiteler ve spor bilimleri fakültelerinin bölümlerinde anketi cevaplayan öğrenci sayıları.

	Üniversite	Bölüm				
		BESÖ	AE	SY	R	TOP.
1	Adnan Menderes Üniversitesi	22	10	12	1	45
2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	3	86	-	2	91
3	Akdeniz Üniversitesi	12	24	20	2	58
4	Aksaray Üniversitesi	43	24	7	-	74
5	Ankara Üniversitesi	12	25	11	-	48
6	Atatürk Üniversitesi	18	33	2	20	73
7	Balıkesir Üniversitesi	14	30	43	-	87
8	Bartın Üniversitesi	25	3	22	4	54
9	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	30	32	37	-	99
10	Dokuz Eylül Üniversitesi	29	8	18	-	55
11	Ege Üniversitesi	14	19	3	-	36
12	Erciyes Üniversitesi	14	9	18	-	41
13	Eskişehir Teknik Üniversitesi	11	9	22	3	45
14	Fırat Üniversitesi	26	2	32	14	74
15	Gazi Üniversitesi	30	20	42	35	127
16	Gaziantep Üniversitesi	2	14	47	-	63
17	Gaziosmanpaşa Üniversitesi	27	30	14	-	71
18	Giresun Üniversitesi	35	6	3	-	44
19	Hitit Üniversitesi	18	17	11	2	48
20	İnönü Üniversitesi	7	33	16	-	56
21	İstanbul Cerrahpaşa Üniversitesi	29	21	20	-	70
22	Kırıkkale Üniversitesi	29	6	16	-	51
23	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	44	103	34	5	186
24	Marmara Üniversitesi	7	11	13	-	31
25	Mersin Üniversitesi	8	28	3	6	45
26	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	81	67	35	1	184
27	Munzur Üniversitesi	29	22	21	-	72
28	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	7	8	16	-	31
29	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	9	23	70	-	102
30	Pamukkale Üniversitesi	17	34	1	-	52
31	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	34	14	6	-	54
32	Selçuk Üniversitesi	59	22	24	40	145
33	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	20	10	15	-	45
34	Trabzon Üniversitesi	1	25	39	-	65
35	Uşak Üniversitesi	28	1	7	-	36
Genel Toplam		794	829	700	135	2458

BESÖ: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, **AE:** Antrenörlük Eğitimi, **SY:** Spor Yöneticiliği, **R:** Rekreasyon

Tablo 2.1’de görüldüğü üzere devlet üniversitelerine bağlı 35 Spor Bilimleri fakülteleri ve bu fakültelerin bölümlerinde anketi cevaplayan öğrenci sayısı 2458 kişidir.

Tablo 2.2. Araştırmaya katılan öğrencilerin kişisel bilgileri.

Değişkenler		$\bar{X}$	S.s.
Yaş		22,16	2,66
		N	%
Cinsiyet	Erkek	1459	59,4
	Kadın	999	40,6
Öğrenim Türü	Normal Öğretim	1992	81,0
	İkinci Öğretim	466	19,0
Burs Alma Durumu	Almıyor	2131	86,7
	Alıyor	327	13,3
Bölüm	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	794	32,3
	Antrenörlük Eğitimi	829	33,7
	Spor Yöneticiliği	699	28,4
	Rekreasyon	135	5,5

Tablo 2.2’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan öğrencilerin 1459’u (% 59,4) erkek, 999’u (% 40,6) erkektir. Öğrencilerin yaş ortalamasının ise $X=22,6 \pm 2,66$ olduğu görülmektedir. Öğrenim türlerine göre 1992’si (% 81) normal öğretimde, 466’sı (% 19) ikinci öğretimde öğrenim gören öğrencileridir. Araştırmaya katılan öğrencilerin burs alma durumlarına bakıldığında; öğrencilerin 2131’inin (% 86,7) burs almadığı, 327’sinin ise (% 13,3) burs aldığı görülmektedir. Öğrencilerin 794’ü (% 32,3) beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümünde, 829’u (% 33,7) antrenörlük eğitimi bölümünde, 699’u (% 28,4) spor yöneticiliği bölümünde ve 135’i (% 5,5) rekreasyon bölümünde öğrenim görmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği

Ölçek Erdoğan (2020) tarafından, spor bilimleri fakültelerinde eğitim gören öğrencilerin memnuniyetini belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Öğrencilerin her bir maddeyi değerlendirmelerinde (1) hiç katılmıyorum ile (5) kesinlikle katılıyorum aralığında beşli likert derecelendirme aralığı kullanılmıştır. Ölçek 21 maddeden ve 5 faktör yapısına ayrılmaktadır. Geliştirilen ölçekte birinci alt boyut “Fiziki İmkanlar”, ikinci alt boyut “Öğrenme ve Öğretme”, üçüncü alt boyut “Danışmanlık”, dördüncü alt boyut “Yönetim” ve beşinci faktör “Ders ve Ders Planı” olarak adlandırılmıştır. Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyet Ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 105, en düşük puan ise 21’dir. Yüksek puan yüksek öğrenci memnuniyetini, düşük puan ise düşük öğrenci memnuniyetini göstermektedir. Erdoğan (2020) ölçeği geliştirirken hem AFA hem de DFA dan yararlanmıştır. AFA’da KMO değeri .85

olarak tespit edilmiştir. Bartlett Küresellik testi sonuçlarına göre ise ortaya çıkan ki kare değerinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($\chi^2/df=210$) = 2428.564; $p<.00$) Bu sonuç olası değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için uygun ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Faktör analizi sonucunda 21 maddenin faktör yükleri .62 ile .87 arasında değişmiştir. Toplam varyansın ise %60'ını açıklamaktadır. Açımlayıcı faktör analizinden sonra ölçeklerin belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Beş boyuttan oluşan modelin uyumunu belirlemek için uygulanan doğrulayıcı faktör analizinde uyum indeksi değerleri: $X^2 / df= 2,15$ RMSEA = .063, GFI = .063, CFI = .96, PGFI = .69 olarak bulunmuştur. Yapılan analiz çalışması neticesinde ölçeğin iç güvenirlik katsayısı (Cronbach alfa) .93 bulunmuştur. Bu değer, ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2011).

2.3.2. Öğrenci Sadakati Ölçeği

Ölçek, Şirin, Erdoğan ve Çınar (2019) tarafından geliştirilmiş, geçerlik ve güvenirliği sağlanmıştır. Araştırmacılar, açımlayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 3 madde ve tek faktörden oluşmasına karar vermişlerdir. Ölçek 5'li likert tipi ölçme aracı olarak tasarlanmıştır. Bulgulara göre ölçeğin cronbach alfa güvenirlik değeri .88 ile yüksek bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yükleri .88 ile .91 aralığındadır.

2.3.3. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel bilgi formu, spor bilimleri fakülteleri öğrencilerinin çalışma konusuyla ilgili olduğu düşünülen demografik durumlarını belirlemek için (üniversite, bölüm, cinsiyet, yaş, öğrenim türü, burs alma durumu,) araştırmacı tarafından geliştirilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

Veri seti üzerinde istatistiksel analizlere başlamadan önce Öğrenci Memnuniyet Ölçeği ve Müşteri Sadakati Ölçeğinden elde edilen toplam puanların basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır ve bu değerlerin ± 1 aralığında kaldığı tespit edilmiştir (Tablo 2.2). Basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1 aralığında olması verilerin normal dağıldığını göstermektedir (George ve Mallery 2016). Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin ikili değişimlerini gözlemlemek için

Pearson Korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Korelasyon analizi bulgularına göre araştırmanın bağımlı değişkenleri ile bağımsız değişkenler arasında anlamlı doğrusal ilişkiler gözlenmiştir. Bununla birlikte; yordayıcı değişkenle yordanan değişken arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Sadakat ve Memnuniyet ölçeği alt boyutları puanları arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin sırasıyla fiziki İmkânlar için 6.14, , öğrenme öğretme için 7,85 danışmanlık için 7,38 yönetim için 6, ders ve ders planı için 5,56 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10'dan, CI değerinin 30' dan, tolerans değerinin 0,1'den küçük olması beklenmektedir (Albayrak 2012, Orhunbilge 2017). Bağımsız değişkenler olan fiziki İmkânlar, öğrenme öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planı için Durbin-Watson istatistiği incelenmiştir ($DW_{Fi} = 1,83$; $DW_{Öö} = ,82$; $DW_D = 1,75$; $DW_Y = 1,77$; $DW_{Ddp} = 1,77$)). Bu değerler otokorelasyon yoktur bölgesine girmektedir (Uysal ve Günay 2001). Sonuç olarak yordayıcı değişken arasında yüksek düzeyde çoklu ilişki yoktur ve katılımcılar ölçek sorularına birbirinden bağımsız yanıtlar vermiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmıştır.

Bununla beraber farklılık analizlerinde veriler normal dağılım gösterdiğinden dolayı ikili küme karşılaştırmaları için parametrik testlerden bağımsız grup t-testi ve çoklu karşılaştırmalarda Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Anlamlılık düzeyi ise $p < ,05$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 2.3. Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği Alt Boyutları ve Öğrenci Sadakati Ölçeği puanlarının dağılımı.

	Min.	Maks.	$\bar{X}$	S.s.	Çarpıklık istatistik	Std.hata	Basıklık istatistik	Std.hata
Fiziki İmkânlar	1	5	3,29	1,10	-,22	,05	-,82	,10
Öğrenme ve Öğretme	1	5	3,76	,97	-,71	,05	,12	,10
Danışmanlık	1	5	3,91	1,07	-,93	,05	,21	,10
Yönetim	1	5	3,40	1,16	-,31	,05	-,75	,10
Ders ve Ders Planı	1	5	3,31	1,23	-,32	,05	-,88	,10
Sadakati	3	15	10,49	3,99	-,49	,05	-,98	,10

Tablo 2.3’de görüldüğü üzere, Öğrenci Memnuniyeti Ölçeğinin alt boyutları ve Öğrenci Sadakat ölçeği için basıklık ve çarpıklık değerlerinin ± 1 aralığında olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda verilerin normal dağılım gösterdiği söylenebilir.

Ayrıca Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutları ve Öğrenci Sadakati Ölçeği puan ortalamaları incelendiğinde Öğrenci memnuniyeti alt boyutlarının ve öğrenci sadakatin orta düzeyde olduğu söylenilebilir. Bunu yanında spor bilimleri fakülteleri öğrencileri en çok danışmanlık ve öğrenme ve öğretme, en az fiziki imkanlar alt boyutlarından memnun oldukları görülmüştür.



3. BULGULAR

Bu bölümde verilen analizi sonucu elde edilen bulgular sunulmuştur. İlk aşamada spor bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin Öğrenci Memnuniyeti alt boyutları ile ilgili memnuniyet düzeylerinin sadakatlerine etkisi ile ilgili bulgulara yer verilmiştir. İkinci aşamada öğrencilerin kişisel farklılıklarının öğrenci memnuniyetini etkileyip etkilemediği ile ilgili bulgulara yer verilirken, son olarak öğrencilerin kişisel farklılıklarının öğrenci sadakatini etkileyip etkilemediği ile ilgili bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Öğrenci Memnuniyeti Alt Boyutları ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak ve varsa ilişkilerin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla “Pearson Korelasyon Katsayısı” yardımı ile yapılan korelasyon analizi Tablo 3.1’de sunulmuştur. Korelasyon katsayısının 1 olması mükemmel pozitif bir ilişkiyi; -1 olması mükemmel negatif bir ilişkiyi; 0 olması, ilişkinin olmadığını göstermektedir. Korelasyon katsayısının büyüklük bakımından yorumlanmasında üzerinde tam olarak ortaklaşılan aralıklar bulunmamakla birlikte, 0,7-1,0 arası yüksek korelasyon, 0,3-0,7 arası orta korelasyon ve 0,0-0,3 arası ise düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk 2011).

Tablo 3.1. Öğrenci sadakati ile öğrenci memnuniyeti alt boyutları arasındaki korelasyon matrisi.

		Öğrenci Sadakati Ölçeği	
Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği	Fiziki İmkanlar	r	,596**
		p	,000
	Öğrenme ve Öğretme	r	,606**
		p	,000
	Danışmanlık	r	,458**
		p	,000
	Yönetim	r	,575**
		p	,000
	Ders ve Ders Planı	r	,484**
		p	,000

* p<,05 seviyesinde anlamlı **p<,01 seviyesinde anlamlı

Öğrencilerinin Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutları ve Öğrenci Sadakati Ölçeği arasındaki Pearson korelasyon analizi sonuçları Tablo 1.1’de verilmiştir. Bu sonuçlara göre öğrenci sadakati ile öğrenci memnuniyeti alt boyutlarından fiziki imkanlar arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,596$; $p<,05$), öğrenme ve öğretme arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,606$;

$p<,05$), danışmanlık arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,458$; $p<,05$), yönetim arasında orta pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,575$; $p<,05$) ve ders ve ders planı arasında orta düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,484$; $p<,05$) belirlenmiştir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan model Şekil 2.1’de gösterilmektedir. Bu model kapsamında oluşturulan hipotezleri test etmeye ilişkin bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Öğrenci Memnuniyeti ölçeğinin *fiziki imkanlar* alt boyutunun öğrenci sadakati üzerinde istatistiki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Buna göre; yordayıcı değişkenle yordanan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Öğrenci Sadakat ile Öğrenci Memnuniyet Ölçeği fiziki imkanlar boyutu arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin 6,14 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10’dan küçük olması, CI değerinin 30’ dan küçük olması beklenmektedir (Albayrak 2012, Orhunbilge 2017). Ayrıca Durbin-Watson istatistiği sonuçları 1,83 olarak tespit edilmiştir. Bu değer artık terimler arasında otokorelasyon olmadığını göstermektedir.

Tablo 3.2. Öğrenci memnuniyeti ölçeği fiziki imkanlar alt boyutunun öğrenci sadakati üzerindeki etkisine ilişki basit doğrusal regresyon analizi bulguları.

Model	Öğrenci Memnuniyeti	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit		3,38	,204		16,56	,000
Fiziki İmkanlar	Sadakati	,36	,010	,60	36,78	,000
R=,60 R² =,36 Adjusted R² =,36 F₍₁₋₂₄₅₆₎= 1352,58 p=,000***						Durbin-Watson
						1,83

Basit doğrusal regrasyon analizi bulgularına göre öğrenci memnuniyeti fiziki imkanlar alt boyutu öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)}=1352,58$; Düzeltilmiş $R^2=,36$; $p=,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversitenin

fiziksel imkanından duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının %36'sını açıklamaktadır.

Bu bulgular ışığında regresyon analizi formülü şu şekildedir; $Sadakati = 3,38 + ,36 \times Fiziki \text{ İmkanlar}$

Öğrenci Memnuniyeti Ölçeğinin *öğrenme ve öğretme* alt boyutunun öğrenci sadakati üzerinde istatistiki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Buna göre; yordayıcı değişkenle yordanan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Öğrenci Sadakati ve Memnuniyet ölçeği öğrenme ve öğretme boyutu puanları arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin 7,85 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10'dan küçük olması, CI değerinin 30' dan küçük olması beklenmektedir (Albayrak 2012, Orhunbilge 2017). Ayrıca Durbin-Watson istatistiği sonuçları 1,82 olarak tespit edilmiştir. Bu değer otokorelasyon yoktur bölgesine girmektedir (Uysal ve Günay 2001), yani artık terimler arasında otokorelasyon yoktur. Sonuç olarak yordayıcı değişken arasında yüksek düzeyde çoklu ilişki yoktur ve katılımcılar ölçek sorularına birbirinden bağımsız yanıtlar vermiştir. Basit doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmıştır.

Tablo 3.3. Öğrenci memnuniyeti ölçeği öğrenme ve öğretme alt boyutunun öğrenci sadakati üzerindeki etkisine ilişki basit doğrusal regresyon analizi bulguları.

Model	Öğrenci Memnuniyeti	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit		1.14	,26		4,436	,000
Öğrenme ve öğretme	Sadakati	,41	,01	,61	37,707	,000
R= ,61 R² =,37 Adjusted R² =,37 F₍₁₋₂₄₅₆₎= 1421,83 p=,000***						Durbin-Watson
						1,82

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre öğrenci memnuniyeti öğrenme ve öğretme alt boyutu öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)}=1421,83$; Düzeltilmiş $R^2=,37$; $p=,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri

üniversitenin öğrenme ve öğretme özelliklerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının % 37'sini açıklamaktadır.

Bu bulgular ışığında regresyon analizi formülü şu şekildedir; $Sadakat = 1,14 + ,41 X \text{ Öğrenme ve öğretme}$

Öğrenci Memnuniyeti ölçeğinin *danışmanlık* alt boyutunun öğrenci sadakati üzerinde istatistiki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Buna göre; yordayıcı değişkenle yordanan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Sadakat ile Memnuniyet ölçeği danışmanlık boyutu arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin 7,38 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10'dan küçük olması, CI değerinin 30' dan küçük olması beklenmektedir (Albayrak 2012, Orhunbilge 2017). Ayrıca Durbin-Watson istatistiği sonuçları 1,75 olarak tespit edilmiştir. Bu değer otokorelasyon yoktur bölgesine girmektedir (Uysal ve Günay 2001), yani artık terimler arasında otokorelasyon yoktur. Sonuç olarak yordayıcı değişken arasında yüksek düzeyde çoklu ilişki yoktur ve katılımcılar ölçek sorularına birbirinden bağımsız yanıtlar vermiştir. Basit doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmıştır.

Tablo 3.4. Öğrenci memnuniyeti ölçeği danışmanlık alt boyutunun öğrenci sadakati üzerindeki etkisine ilişki basit doğrusal regresyon analizi bulguları.

Model	Öğrenci Memnuniyeti	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit		3,857	,269		14,339	,000
Danışmanlık	Sadakat	,339	,013	,46	25,561	,000
R=,49 R² =,21 Adjusted R² =,21 F₍₁₋₂₄₅₆₎= 653,36 p=,000***						Durbin-Watson
						1,75

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Danışmanlık alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)} = 653,36$; Düzeltilmiş $R^2 = ,21$; $p = ,00$) (Tablo 3.4). Öğrencilerin öğrenim gördükleri

bölümlerdeki danışmanlık hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının % 21'ini açıklamaktadır.

Bu bulgular ışığında regresyon analizi formülü şu şekildedir; $Sadakat = 3,86 + ,34X Danışmanlık$

Öğrenci Memnuniyeti Ölçeğinin *yönetim* alt boyutunun öğrenci sadakati üzerinde istatistiki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Buna göre; yordayıcı değişkenle yordanan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Öğrenci Sadakati ile Memnuniyet ölçeği yönetim boyutu arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin 6 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10'dan küçük olması, CI değerinin 30'dan küçük olması beklenmektedir (Albayrak 2012; Orhunbilge 2017). Ayrıca Durbin-Watson istatistiği sonuçları 1,77 olarak tespit edilmiştir. Bu değer otokorelasyon yoktur bölgesine girmektedir (Uysal ve Günay 2001), yani artık terimler arasında otokorelasyon yoktur. Sonuç olarak yordayıcı değişken arasında yüksek düzeyde çoklu ilişki yoktur ve katılımcılar ölçek sorularına birbirinden bağımsız yanıtlar vermiştir. Basit doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmıştır.

Tablo 3.5. Öğrenci memnuniyeti ölçeği yönetim alt boyutunun öğrenci sadakati üzerindeki etkisine ilişki basit doğrusal regresyon analizi bulguları

Model	Öğrenci Memnuniyeti	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit		3,786	,203		18,610	,000
Yönetim	Sadakat	,985	,028	,58	34,807	,000
R= ,58 R ² =,33 Adjusted R ² =,33 F ₍₁₋₂₄₅₆₎ = 1211,53 p=,000***						Durbin-Watson 1,75

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Yönetim alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)} = 1211,53$; Düzeltilmiş $R^2 = ,33$; $p = ,00$) (Tablo 3.5). Öğrencilerin öğrenim gördükleri

üniversite yönetim hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının % 33'ünü açıklamaktadır.

Bu bulgular ışığında regresyon analizi formülü şu şekildedir; $Sadakat = 3,79 + ,99X Yönetim$

Öğrenci Memnuniyeti ölçeğinin *ders ve ders planı* alt boyutunun öğrenci sadakati üzerinde istatistiki etkisini test etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verileri üzerinde regresyon analizi uygulanmadan önce regresyon analizi varsayımları test edilmiştir. Buna göre; yordayıcı değişkenle yordanan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, yordanan değişkene ait puanların normal dağılıp dağılmadığı ve yordayıcı değişkenler arasındaki çoklu ilişkilerin olup olmadığı varsayımları incelenmiştir. Yordayıcı değişkenin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları ile arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını incelemek üzere standardize edilmiş artık değerler ile standardize edilmiş yordanan değişkenler arasındaki saçılma diyagramı incelenmiştir. Saçılımın bir eksen etrafında arttığı ve değişkenlerin doğrusal ilişki içinde olduğu gözlenmiştir. Öğrenci Sadakat ile Memnuniyet ölçeği ders ve ders planı boyutu arasında tolerans ve VIF değerlerinin 1, CI değerinin 5.56 olduğu bulunmuştur. VIF değerinin 10'dan küçük olması, CI değerinin 30' dan küçük olması beklenmektedir (Albayrak, 2012; Orhunbilge, 2017). Ayrıca Durbin-Watson istatistiği sonuçları 1.77 olarak tespit edilmiştir. Bu değer otokorelasyon yoktur bölgesine girmektedir (Uysal ve Günay, 2001), yani artık terimler arasında otokorelasyon yoktur. Sonuç olarak yordayıcı değişken arasında yüksek düzeyde çoklu ilişki yoktur ve katılımcılar ölçek sorularına birbirinden bağımsız yanıtlar vermiştir. Basit doğrusal regresyon analizinin tüm varsayımları sağlanmıştır.

Tablo 3.6. Öğrenci memnuniyeti ölçeği ders ve ders planı alt boyutunun öğrenci sadakati üzerindeki etkisine ilişki basit doğrusal regresyon analizi bulguları

Model	Öğrenci Memnuniyeti	B	Standart Hata B	β	t	p
Sabit		5,289	,202		26,155	,000
Ders ve Ders Planı	Sadakat	,785	,029	,48	27,420	,000
R=,48 R² =,23 Adjusted R² =,23 F₍₁₋₂₄₅₆₎= 751,86 p=,000***						Durbin-Watson
						1,77

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Ders ve Ders Planı alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)} = 751,86$; Düzeltilmiş $R^2 = ,23$; $p = ,00$) (Tablo 3.6). Öğrencilerin öğrenim gördükleri

üniversite Ders ve Ders Planı hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının %23'ünü açıklamaktadır.

Bu bulgular ışığında regresyon analizi formülü şu şekildedir; $Sadakat = 5,29 + ,79X \text{ Ders ve Ders Planı}$

3.2. Öğrenci Memnuniyetinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bulgular

Öğrenci memnuniyetinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.7'de sunulmuştur.

Tablo 3.7. Öğrenci memnuniyeti puanlarının cinsiyete göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

Öğrenci Memnuniyeti	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.s.	t	p
Fiziki İmkanlar	Kadın	1459	20,30	6,60	4,56	,00*
	Erkek	999	19,06	6,60		
Öğrenme ve Öğretme	Kadın	1459	22,66	5,88	0,84	,40
	Erkek	999	22,46	5,78		
Danışmanlık	Kadın	1459	19,68	5,18	1,61	,11
	Erkek	999	19,33	5,70		
Yönetim	Kadın	1459	6,88	2,31	2,04	,04*
	Erkek	999	6,69	2,36		
Ders ve Ders planı	Kadın	1459	6,66	2,49	1,04	,30
	Erkek	999	6,56	2,42		

*p<,05

Tablo 3.7'de görüldüğü gibi bağımsız örneklem t testi, erkek ve kadın öğrencilerin Öğrenci memnuniyeti ölçeği alt boyutları fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planını puanları arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak için kullanılmıştır. Analiz sonucunda; fiziki imkanlar boyutunda kadın ($X=20,30$; $Ss=,60$) ve erkek ($X=19,06$; $Ss=6,60$) grupları arasında ($t_{(2456)}=4,56$; $p=,00$), yönetim boyutunda kadın ($X=6,88$; $Ss=2,31$) ve erkek ($X=6,69$; $Ss=2,36$) grupları arasında ($t_{(2456)}=2,04$; $p=,04$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur Bu sonuçlara göre, kadın öğrencilerin öğrenci memnuniyet ölçeğinin fiziksel imkan ve yönetim memnuniyet puan ortalamaları erkek öğrencilere göre daha yüksektir. Öte yandan öğrenci memnuniyeti ölçeği öğrenme ve öğretme, danışmanlık, ders ve ders planı memnuniyet puanları bakımından kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı fark tespit edilmemiştir.

Öğrenci memnuniyeti ölçeği alt boyutları puanları ile yaş ilişkisi Pearson korelasyon analiziyle incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 3.8'de sunulmuştur.

Tablo 3.8. Öğrenci Memnuniyeti alt boyutları ile yaş ilişkisi.

	1	2	3	4	5	6
1. Yaş	1					
2. Fiziki İmkanlar	,001	1				
3. Öğrenme ve Öğretme	-,003	,638**	1			
4. Danışmanlık	,007	,507**	,641**	1		
5. Yönetim	,020	,723**	,679**	,530**	1	
6. Ders ve Ders Planı	,022	,647**	,590**	,459**	,615**	1

*p<,05 seviyesinde anlamlı **p<,01 seviyesinde anlamlı

Tablo 3.8’de görüldüğü gibi Pearson korelasyon analizi öğrencilerin yaşlarıyla Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyut puanları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için kullanılmıştır. Analiz sonucunda katılımcıların yaşlarıyla öğrenci memnuniyeti ölçeği alt boyut puanları arasında anlamlı ilişki olmadığı bulunmuştur.

Öğrenci memnuniyetinin öğrenim gördükleri bölüme göre farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.9’da sunulmuştur.

Tablo 3.9. Öğrenci memnuniyeti puanlarının öğrenim görülen bölüme göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları.

	Bölüm	n	$\bar{X}$	S.s.	Varyans Kaynağı	KT	S.d.	KO	F	p
Fiziki İmkanlar	BESO	795	19,82	6,40	G.Arası	107,36	3	35,79		
	AE	829	19,86	6,74	G.İçi	107809,53	2454	43,93		
	SY	699	19,86	6,72	Toplam	107916,88	2457		,82	,49
	R	135	18,93	6,84						
	Toplam	2458	19,80	6,63						
Öğrenme ve Öğretme	BESO	795	22,52	5,65	G.Arası	198,88	3	66,29		
	AE	829	22,66	5,96	G.İçi	83621,68	2454	34,08		
	SY	699	22,76	5,83	Toplam	83820,55	2457		1,95	,12
	R	135	21,47	6,17						
	Toplam	2458	22,58	5,84						
Danışmanlık	BESO	795	19,98	4,97	G.Arası	235,37	3	78,46		
	AE	829	19,41	5,54	G.İçi	71333,30	2454	29,07		
	SY	699	19,28	5,62	Toplam	71568,67	2457		2,70	,04*
	R	135	19,15	5,63						
	Toplam	2458	19,54	5,40						
Yönetim	BESO	795	6,92	2,21	G.Arası	29,87	3	9,96		
	AE	829	6,73	2,42	G.İçi	13318,04	2454	5,43		
	SY	699	6,82	2,32	Toplam	13347,91	2457		1,84	,14
	R	135	6,48	2,49						
	Toplam	2458	6,80	2,33						
Ders ve Ders Planı	BESO	795	6,58	2,38	G.Arası	85,32	3	28,44		
	AE	829	6,86	2,37	G.İçi	14827,05	2454	6,04		
	SY	699	6,43	2,61	Toplam	14912,37	2457		4,71	,00*
	R	135	6,34	2,62						
	Toplam	2458	6,62	2,46						

*p<,05

BESO: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, **AE:** Antrenörlük Eğitimi, **SY:** Spor Yöneticiliği, **R:** Rekreasyon

Tablo 3.9’de görüldüğü gibi öğrencilerin Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutlarından aldıkları puan ortalamalarının öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı

bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda bölüme göre “danışmanlık” ve “ders ve ders planı” alt boyutlarında öğrenim görülen bölüm gruplarının aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F_{\text{danışmanlık}}=2,70$; $p=,04$; $F_{\text{dersvedersplanı}}=4,71$; $p=,00$). ANOVA sonrası belirlenen anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi uygulanmıştır. Farkın kaynağını araştırmak LSD testi kullanılmıştır. Çıkan sonuçlar Tablo 3.10’da sunulmuştur.

Çizelge 3.10. Öğrencilerin memnuniyeti puanlarının öğrenim görülen bölüme göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan LSD testi sonuçları.

Değişkenler	Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{X}_i - \bar{X}_j$	Sh $\bar{X}$	P
Danışmanlık	BESÖ	AE	,56959*	,26763	,033
		SY	,69999*	,27955	,012
		R	,82795	,50188	,099
	AE	BESÖ	-,56959*	,26763	,033
		SY	,13041	,27686	,638
		R	,25837	,50038	,606
	SY	BESÖ	-,69999*	,27955	,012
		AE	-,13041	,27686	,638
		R	,12796	,50686	,801
	R	BESÖ	-,82795	,50188	,099
		AE	-,25837	,50038	,606
		SY	-,12796	,50686	,801
Ders ve Ders Planı	BESÖ	AE	-,27758*	,12202	,023
		SY	,15429	,12745	,226
		R	,24416	,22881	,286
	AE	BESÖ	,27758*	,12202	,023
		SY	,43187*	,12622	,001
		R	,52174*	,22813	,022
	SY	BESÖ	-,15429	,12745	,226
		AE	-,43187*	,12622	,001
		R	,08987	,23108	,697
	R	BESÖ	-,24416	,22881	,286
		AE	-,52174*	,22813	,022
		SY	-,08987	,23108	,697

$p < ,05$

BESÖ: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, AE: Antrenörlük Eğitimi, SY: Spor Yöneticiliği, R: Rekreasyon

Tablo 3.10’de görüldüğü gibi, öğrencilerin memnuniyet puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı bir farklılık gösterdiğini belirlemek amacıyla yapılan post-hoc LSD testi sonucunda; “danışmanlık” boyutu için beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puan ortalamalarının antrenörlük eğitimi ve spor yöneticiliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puan ortalamalarından yüksek olduğu bulunmuştur. “Ders ve ders planı” boyutu için antrenörlük eğitimi bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puan ortalamalarının spor

yönetimi bölümü, rekreasyon bölümü ve beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin puan ortalamalarından yüksek olduğu bulunmuştur.

Öğrenci memnuniyetinin öğrenim türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.11’de sunulmuştur.

Tablo 3.11. Öğrenci memnuniyeti puanlarının öğrenim türüne göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

Öğrenci Memnuniyeti	Öğrenim Türü	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Fiziki İmkanlar	Normal öğretim	1992	19,66	6,64	2,15	,03*
	İkinci öğretim	466	20,39	6,56		
Öğrenme ve Öğretme	Normal öğretim	1992	22,54	5,87	-0,66	,51
	İkinci öğretim	466	22,74	5,73		
Danışmanlık	Normal öğretim	1992	19,46	5,46	-1,59	,11
	İkinci öğretim	466	19,90	5,13		
Yönetim	Normal öğretim	1992	6,82	2,32	0,84	,40
	İkinci öğretim	466	6,72	2,40		
Ders ve Ders Planı	Normal öğretim	1992	6,59	2,46	-1,29	,20
	İkinci öğretim	466	6,75	2,48		

*p< ,05

Tablo 3.11’de görüldüğü gibi, öğrenimlerine normal öğrenim veya ikinci öğrenim programlarında devam eden öğrencilerin Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutları fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planını puanları arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak için bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda; fiziki imkanlar boyutunda normal öğretim ($X=19,66$; $Ss=6,64$) ve ikinci öğretim ($X=20,39$; $Ss=6,56$) grupları arasında ($t_{(2456)}=2,15$; $p=,03$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur Bu sonuçlara göre, ikinci öğretim programlarında öğrenim gören öğrencilerin Öğrenci Memnuniyet Ölçeği’nin fiziki imkanlar puan ortalamaları normal öğretim programlarında öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksektir. Öte yandan Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planını puanları bakımından öğrencilerin öğrenim gördüğü program türüne göre anlamlı fark tespit edilmemiştir.

Öğrenci memnuniyetinin burs alma durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.12’de sunulmuştur.

Tablo 3.12. Öğrenci memnuniyeti puanlarının burs alma durumuna göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

Öğrenci Memnuniyeti	Burs Alma	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Fiziki İmkanlar	Burs almıyor	2131	19,72	6,62	2,15	,15
	Burs alıyor	327	20,28	6,66		
Öğrenme ve Öğretme	Burs almıyor	2131	22,55	5,84	-0,66	,53
	Burs alıyor	327	22,77	5,84		
Danışmanlık	Burs almıyor	2131	19,56	5,39	-1,59	,67
	Burs alıyor	327	19,42	5,44		
Yönetim	Burs almıyor	2131	6,74	2,34	0,84	,00*
	Burs alıyor	327	7,20	2,21		
Ders ve Ders Planı	Burs almıyor	2131	6,56	2,46	-1,29	,00*
	Burs alıyor	327	7,03	2,45		

*p<,05

Tablo 3.12’de görüldüğü gibi, öğrencilerin burs alma durumuna göre Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutları fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders planını puanları arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak için Bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda; yönetim boyutunda burs alan ($X=7,20$; $Ss=2,21$) ve burs almayan ($X=6,74$; $Ss=2,34$) gruplar arasında ($t_{(2456)}=,84$, $p=,00$), ders ve ders planı boyutunda burs alan ($X=7,03$; $Ss=2,45$) ve burs almayan ($X=6,56$; $Ss=2,46$) gruplar arasında ($t_{(2456)}=-1,29$, $p=,00$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, burs alanlar öğrencilerin Öğrenci Memnuniyet Ölçeği’nin yönetim ve ders ve ders planı puan ortalamaları burs almayanlara öğrencilere göre daha yüksektir. Öte yandan Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık puanları bakımından öğrencilerin burs alıp almama durumuna göre anlamlı fark tespit edilmemiştir.

3.3. Öğrenci Sadakatinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Bulgular

Öğrenci sadakatinin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.13’de sunulmuştur.

Tablo 3.13. Öğrenci sadakati puanlarının cinsiyete göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

	Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S.s	t	P
Sadakat	Kadın	1459	10,47	4,00	-,31	,76
	Erkek	999	10,52	3,99		

Tablo 3.13’de görüldüğü gibi bağımsız örneklem t testi, erkek ve kadın öğrencilerin öğrenci sadakati puanları arasında anlamlı farklılık yoktur.

Öğrenci sadakati puanları ile yaş ilişkisi Pearson korelasyon analiziyle incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 3.14’de sunulmuştur.

Tablo 3.14. Öğrenci sadakati ile yaş ilişkisi.

	1	2
1. Yaş	1	
2. Sadakat	,050*	1

* p<.05 seviyesinde anlamlı **p<.01 seviyesinde anlamlı

Tablo 3.14’de görüldüğü gibi Pearson korelasyon analizi öğrencilerin yaşları ve sadakat puanları arasında pozitif yönlü düşük düzeyde ($r=,05$; $p=,01$) ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Öğrenci sadakatinin öğrenim gördükleri bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.15’de sunulmuştur.

Tablo 3.15. Öğrenci sadakatinin öğrenim görülen bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları.

	Bölüm	n	$\bar{X}$	S.s.	Varyans Kaynağı	KT	S.d.	KO	F	p
Sadakat	BESO	795	10,44	3,95	G.Arası	16,681	3	5,56		
	AE	829	10,58	3,94	G.İçi	39177,320	2454	15,97		
	SY	699	10,47	4,10	Toplam	39194,002	2457		,35	,79
	R	135	10,24	4,05						
	Toplam	2458	10,49	3,99						

BESO: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, AE: Antrenörlük Eğitimi, SY: Spor Yöneticiliği, R: Rekreasyon

Tablo 3.15’de görüldüğü gibi öğrencilerin Öğrenci sadakati puan ortalamalarının öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda, öğrenimlerine normal öğrenim veya ikinci öğrenim programlarında devam eden öğrencilerin Öğrenci Sadakati Ölçeği puanları anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Öğrenci sadakatinin öğrenim türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.16’de sunulmuştur.

Tablo 3.16. Öğrenci sadakati puanlarının öğrenim türüne göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

	Öğrenim Türü	n	$\bar{X}$	S.s	t	P
Sadakat	Normal öğretim	1992	10,50	3,98	,37	,72
	İkinci öğretim	466	10,42	4,06		

Tablo 3.16’da görüldüğü gibi bağımsız örneklem t testi, normal ve ikinci öğretimde öğrenim gören öğrencilerin öğrenci sadakati puanları arasında anlamlı farklılık yoktur.

Öğrenci sadakatının burs alma durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 3.17’de sunulmuştur.

Tablo 3.17. Öğrenci sadakati puanlarının burs alma durumuna göre farklılaşmasına ilişkin t testi bulguları.

	Burs Alma	n	$\bar{X}$	S.s	t	p
Sadakat	Burs almıyor	2131	10.42	3.99	2,10	,04*
	Burs alıyor	327	20,10	3.99		

*p< ,05

Tablo 3.17’de görüldüğü gibi, öğrencilerin üniversite destek bursu alma durumuna göre Öğrenci sadakati puanı arasındaki farklılaşmayı ortaya koymak için Bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda burs alan ($X=20,10$; $Ss=3,99$) ve burs almayan ($X=10,42$; $Ss=3,99$) grupları arasında ($t_{(2456)}=2,10$; $p=,04$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur Bu sonuçlara göre, burs alanlar katılımcıların Öğrenci Sadakati Ölçeği puan ortalamaları burs almayanlara katılımcılara göre daha yüksektir.

4. TARTIŞMA

Spor bilimleri fakülteleri son sınıf öğrencilerinin öğrenci memnuniyeti faktörlerinden olan “Fiziki İmkânlar”, “Öğrenme ve Öğretme”, “Danışmanlık”, “Yönetim” ve “Ders ve Ders Planı” memnuniyetlerinin öğrenci sadakatine etkilerini incelemek ve farklı kişisel özelliklere sahip öğrencilerin öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakati üzerinde farklılık meydana getirip getirmediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada tartışmalar üç başlık altında düzenlenmiştir. İlk başlıkta öğrenci memnuniyeti alt boyutları ve öğrenci sadakati arasındaki ilişkiye ait tartışmalar yer almaktadır. İkinci başlıkta öğrenci memnuniyeti alt boyutları öğrencilerin çeşitli kişisel değişkenlere göre incelenmesine dair tartışmalar yer almaktadır. Son başlıkta ise öğrenci sadakatinin öğrencilerin çeşitli kişisel değişkenlere göre incelenmesine dair tartışmalar yer almaktadır.

4.1. Öğrenci Memnuniyeti Alt Boyutları ve Öğrenci Sadakati Arasındaki İlişkiye Yönelik Tartışma

4.1.1. Fiziki İmkânların Öğrenci Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Tartışma

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Fiziksel imkan alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)} = 1352,58$; Düzeltilmiş $R^2 = ,36$; $p = ,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversitenin fiziksel imkânlarından duydukları memnuniyet öğrenci sadakatinin % 36’sını açıklamaktadır.

Üniversiteler akademik çalışmaların yanı sıra bu çalışmaların yürütüleceği, öğrencilerin akademik faaliyetlerini gerçekleştireceği çeşitli fiziksel imkânlar sunmaktadır. Bunlar spor tesisleri, laboratuvarlar, derslikler ve kütüphane gibi çeşitli yapıları ve merkezleri içerebilir. Hizmet kalitesi içinde akademik olmayan yönler olarak ele alınan bu imkânların öğrencilerin memnuniyetlerinin belirleyicisi olduğu bildirilmektedir (Mulyono Hadian Purba ve Pramono 2020). Örneğin Martensen ve Gronholdt (2003), öğrencilerin üniversitelerin fiziksel olanak ve bilgiye erişimi mümkün kılan en önemli merkezlerinden olan kütüphaneye erişimden duydukları memnuniyetin öğrenci sadakatini olumlu etkilediği bildirilmiştir. Hoyt ve Howell (2011), diğer memnuniyet değişkenlerinin yanı sıra üniversite tesislerinin öğrenci

memnuniyeti ve nihayetinde sadakatini etkileyen etmenlerden olduğunu rapor etmiştir. Bu araştırmanın bulgularında da öğrencilerin üniversitenin sunduğu fiziksel imkanlardan memnuniyet düzeyinin onların sadakat düzeyinin önemli bir belirleyicisi olduğu bulunmuştur. Spor bilimleri alanında öğrenim gören öğrencilere sunulan spor tesisleri, kütüphane ve alanlarına özgü becerileri kazanmak için hazırlanmış dersliklerin öğrencilerin nitelikli eğitim almalarına olanak sağladığı ve dolayısıyla üniversiteye duydukları sadakatin bu memnuniyetten etkilendiği söylenebilir.

4.1.2. Öğrenme ve Öğretmenin Öğrenci Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Tartışma

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Öğrenme ve Öğretmenin alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)} = 1421,83$; Düzeltilmiş $R^2 = ,37$; $p = ,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversitenin öğrenme ve öğretme özelliklerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatinin % 37'sini açıklamaktadır.

Üniversite öğrencilerinin tercihlerini etkileyen en önemli etmen öğretim kadrosunun ve öğretimin kalitesiyle ilgili olan akademik itibar olduğu bildirilmiştir (Briggs 2006). Bununla birlikte öğretim kadrosu ve eğitimin kalitesinden duyulan memnuniyetin öğrencilerin üniversitedeki öğrenimlerine devam etmek, üniversiteden mezun olmak ve üniversiteyi tavsiye etme davranışlarını içeren sadakatin önemli bir belirleyicisi olduğuna dair bulgular bildirilmiştir. Navarro Iglesias ve Torres (2005) eğitimde memnuniyetin, kurumlara olan sadakatin olumlu bir öncülü olduğunu ve öğretim elemanlarının niteliği ve öğretim yöntemlerinden duyulan memnuniyet öğrenci sadakatinin en önemli yordayıcıları olduğunu tespit etmişlerdir. Sung ve Yang (2009), öğrencilerin üniversitedeki öğrenimlerine devam etmek, öğrenci sadakati tanımı ile örtüşen destekleyici davranışlarının eğitim deneyimlerinin kalitesiyle ilgili olduğunu bildirilmiştir. Saoud ve Sanséau (2019) ise üniversite öğrencilerinin eğitim öğretim hizmetleriyle ilişkili olarak algıladıkları hizmet kalitesi ve öğrenim gördükleri programın kalitesinden duydukları memnuniyetin öğrenci bağlılığını olumlu yönde etkilediğini bildirmiştir. Geçmiş çalışmalarda elde edilen bulguların bu araştırmanın bulgularıyla örtüştüğü görülmektedir. Spor bilimleri alanında öğrenim gören öğrencilere bilim dallarına özgü mesleki beceri ve yeterliliklerini arttıran öğretim programı içeriklerinin uygun öğretim yöntemleriyle sunulması onların gelecekteki

istihdamları için olumlu sonuçlar doğuracağı bu nedenle eğitim-öğretimden duydukları memnuniyetlerinin öğrenim gördükleri üniversiteye sadakatlerini etkilediği düşünülmektedir.

4.1.3. Danışmanlığın Öğrenci Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Tartışma

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Danışmanlık alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)}=653,36$; Düzeltilmiş $R^2=,21$; $p=,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümlerdeki danışmanlık hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatinin % 21'ini açıklamaktadır.

Üniversite öğrenimi esnasında öğrencilerin birçok konuda danışmanlık hizmetlerine ihtiyacı olabilir. Öğitmenlerin üniversiteye yeni başlayan öğrencilerle akademik ve akademik olmayan sosyal kültürel etkinliklerle ilgili bilgi ve deneyimlerini arttırmaya yönelik yürütülen birinci dönem programlama çalışmalarının öğrenci sadakatini arttırdığı bulunmuştur (Vander Schee 2010). Üniversitelerde Öğrencinin öğretim elemanı ile iletişiminin sürekli olması, danışmanın erişilebilir, danışman öğrenci ilişkisinin geliştirilmesi öğrencilerin hem üniversiteyi tercih etmeleri hem de devam etmelerini bir anlamda öğrenciyi elde tutmayı etkileyen etmenlerden biridir (Hsu ve Bailey 2011). Bu araştırmanın bulgularının da geçmiş araştırmalarda elde edilen bulgularla örtüştüğü görülmektedir. Öğrencilerin kampüs yaşamı, akademik sorumluluklar ve ihtiyaçları olan uyum bilgileri konusunda aldıkları danışmanlık hizmetleri, onların üniversite yaşamına daha kolay uyum sağlamasına, üniversitenin sunduğu hizmetten memnuniyet duymasına ve bu memnuniyet sonucunda üniversitede öğrenim gördükleri programlara devam etme, bitirdiklerinde tavsiye etme gibi sadakati barındıran davranışların arttığı düşünülmektedir.

4.1.4. Yönetimin Öğrenci Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Tartışma

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Yönetim alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)}=1211,53$; Düzeltilmiş $R^2=,33$; $p=,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversite yönetim hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatinin % 33'ünü açıklamaktadır.

Üniversitelerde yönetim üniversitedeki işleyişin birçok yönünün belirleyicisidir. Özellikle kalitenin. Üniversitelerde servis kalitesinden duyulan memnuniyet öğrencilerin sadakatini etkilediğine dair bulgular bulunmaktadır (Annamdevula ve Bellamkonda 2016, Mulyono ve ark 2020). Geçmiş araştırma bulgularından yola çıkarak bu çalışmada elde edilen yönetimden duyulan memnuniyetin aslında hizmetin kalitesiyle ilişkili olabileceği ve bu memnuniyetin öğrencilerin sadakat düzeyini etkilediği düşünülmektedir.

4.1.5. Ders ve Ders Planının Öğrenci Sadakati Üzerindeki Etkisine Yönelik Tartışma

Basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre Öğrenci memnuniyeti Ders ve Ders Planı alt boyutu Öğrenci sadakati puanlarının anlamlı yordayıcısıdır ($F_{(1;2456)}=751,86$; Düzeltilmiş $R^2=,23$; $p=,00$). Öğrencilerin öğrenim gördükleri üniversite Ders ve Ders Planı hizmetlerinden duydukları memnuniyet öğrenci sadakatının % 33'ünü açıklamaktadır.

Spor bilimleri fakültesinde öğrenim gören öğrenciler için ders ve ders planı, teorik ve uygulamaları derslerin niteliği sektör ihtiyaçlarını karşılamak için önem arz etmektedir. Öğrenciler spor bilimlerinin bazı bölümlerinde teorik ve uygulamaları derslerin onları sektöre hazırlamadığına dair görüş bildirmiştir (Parlar ve Çon 2020; Şimşek Koloğlu ve Yıldız 2022). Bu görüşler öğrenci memnuniyeti ve sadakati ile ilişkilendirilmemiş olsalar da öğrencilerin öğrenim gördükleri programla ilgili görüş bildirdikleri ve bu sebeple ders planının üniversite öğrenimlerinin önemsedikleri bir yönü olduğu söylenebilir. Geçmiş çalışmalar bu iki değişken arasındaki ilişkiyi ele almış ve üniversitelerdeki ders müfredatlarının öğrencilerinin memnuniyetinin belirleyicisi olduğu ve öğrenci sadakatini etkilediğine dair bulgular rapor edilmiştir (Saoud ve Sanséau 2019). Bir diğer araştırma bulgusunda ise öğretimin ve öğrenme deneyiminin niteliğinin öğrencilerin memnuniyetini ve nihayetinde sadakatini etkilediği bildirilmiştir (Hoyt ve Howell 2011). Ders ve ders planından duyulan memnuniyet üniversiteye devam için önemli görünmektedir (Vander Schee 2010). Geçmiş araştırmalarda üniversite öğrencileri için seçmeli derslerin, uygulamalı ve teorik derslerin önemli olduğu ve kayıtlı olduğu üniversitede bu derslerin müfredatlarından duydukları memnuniyetin sadakatlerini etkilediği bulunmuştur. Bu çalışmada da öğrencilerin ders ve ders planından duydukları memnuniyetin öğrenci

sadakatini önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur. Çünkü seçmeli derslerin içeriği, teorik ve uygulama derslerin niteliği öğrencilerin akademide elde etmeyi amaçladıkları mesleki beceri ve yeterlilikleri kazanmaları için olanak sağlayabilir. Öğrencinin mesleki bakımdan yeterli olarak mezun olacağını düşünmesi istihdama dair beklentilerini yükseltecek ve bu bilgi sadakat davranışını etkileyecektir.

4.2. Öğrenci Memnuniyetinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Tartışma

4.2.1. Öğrenci Memnuniyeti Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Araştırmada elde edilen bulgulara göre kadın öğrencilerin fiziksel imkan ve yönetim puan ortalamaları erkek öğrencilerden yüksektir. İ. Şahin, Zoraloğlu ve Fırat (2011) ise ki-kare uygunluk testi ile elde ettiği bulgulara göre öğrenim duydukları programdan duydukları memnuniyet oranı erkeklerin oranından daha yüksektir. Şahin ve ark (2011)'nın raporladığı sonuçlar ile bu araştırmanın bulguları paralellik göstermektedir. Öte yandan Şahin Göral Demirel Demirel ve Arslan (2014), spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin memnuniyet ölçeğinin yönetim ve eğitim öğretim niteliği alt boyutlarında öğrencilerin kadın ve erkek öğrencilerin memnuniyet düzeyleri arasında farklılık olmadığını rapor etmiştir. Şahin ve ark (2014)'nın bulguları ise bu araştırmanın bulguları ile çelişmektedir. Çevik, Yılmaz ve Korkmaz (2019), spor deneyimi ile ilgili spor dersleri ve spor tesislerinden kadın öğrencilerin erkek öğrencilere nazaran daha çok faydalandığını tespit etmiştir. Kadın öğrencilerin üniversitenin sunduğu fiziksel imkânlardan yararlanma konusunda daha istekli olmasının kadınların memnuniyet düzeyinin daha yüksek olmasına sebep olabileceği düşünülmektedir. Aydın (2021) üniversite öğrencilerinin memnuniyet düzeyini incelediği araştırmada memnuniyetin hiçbir boyutunun cinsiyete göre farklılık göstermediğini rapor etmiştir. Bu araştırmada ise kadın öğrencilerin yönetimden duydukları memnuniyet erkek öğrencilerden daha yüksek bulunmuştur. Bunun sebebinin kadın öğrencilerin akademik gelişim ile ilgili karşılaştıkları güçlüklerin aşılması konusunda öğrenci danışmanları, öğrenci işleri personeli ve yöneticilerle temas kurmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

4.2.2. Öğrenci Memnuniyeti Puanlarının Yaşa Göre Farklaşmasına İlişkin Tartışma

Araştırma bulgularına göre Spor Bilimleri öğrencilerinin memnuniyet puanları ile yaşları arasında anlamlı ilişki yoktur. Gülcan, Kuştepeli ve Aldemir (2002) üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri programlardan doyum düzeyleri memnuniyet olarak ele alınarak kişisel değişkenlere göre incelenmiştir. Araştırmacılar öğrencilerin memnuniyetinin yaşları ve dolayısı ile üniversitede öğrenim gördükleri süre ilerledikçe azaldığını rapor etmişlerdir. Şahin ve ark (2014), elde ettikleri bulgulardan yola çıkarak benzer bir sonuca ulaşmıştır. Geçmiş çalışmalarda öne sürülen yorumların aksine bu araştırma bulgularında spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin yaşları ile memnuniyet puanları arasında ilişki gözlenmemiştir. Üniversite öğrenimi en az 8 sömestrlik uzun bir süreci kapsamaktadır. Bu süreçte öğrencilerin yaşlarından ziyade edindikleri akademik, sosyal, kültürel ve yaşam becerilerinin üniversiteden duydukları memnuniyetle ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte üniversite öğrenim süresince öğrencilerin yaşları değişse dahi çoğu öğrenci benzer gelişim özelliklerinin ve görevlerinin gerçekleştirildiği 18-35 yaş arasını kapsayan “genç yetişkinlik” dönemindedir. Bu sebeple yaş ile memnuniyet düzeyleri arasında ilişki gözlenmemiş olabilir.

4.2.3. Öğrenci Memnuniyeti Puanlarının Öğrenim Gördükleri Bölüme Göre Farklaşmasına İlişkin Tartışma

Araştırmanın bulgularına göre; “Danışmanlık” boyutu için Beden eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören katılımcıların puan ortalamalarının Antrenörlük eğitimi ve Spor yöneticiliği bölümünde öğrenim gören katılımcıların puan ortalamalarından yüksek olduğu bulunmuştur. “Ders ve Ders planı” boyutu için Antrenörlük Eğitimi bölümünde öğrenim gören katılımcıların puan ortalamalarının Spor yönetimi bölümü, Rekreasyon bölümü ve Beden eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümünde öğrenim katılımcıların puan ortalamalarından yüksek olduğu bulunmuştur. Benzer bulgulara Sürün, Mirzeoğlu ve Güneş (2022) tarafından Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin memnuniyetlerinin incelendiği araştırma bulgularında rastlanmıştır. Sürün ve ark (2022), Spor Bilimleri Fakültesi Beden Eğitimi ve Spor Bölümü öğrencilerinin danışmanlık alt boyutunda memnuniyet ortalamalarının rekreasyon diğer bölümlerden daha yüksek olduğu, ders ve ders programlarının alt

boyutunun ise Antrenörlük Eğitimi Bölümünün diğer bölümlerden yüksek olduğu tespit etmiştir. Spor Bilimlerinde ilk yapılanmış program Beden eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümüdür. Bu sebeple danışmanlık hizmetlerinin daha etkili verilebildiği bu durumun ise öğrencilerin memnuniyetini etkilediği düşünülmektedir. Ders ve ders planından antrenörlük öğrencilerinin diğer bölümlere göre daha çok memnuniyet duyması ise antrenörlük bölümünde branşa yönelik uzmanlık derslerinin 8 sömestr boyunca devam etmesi ve öğrencinin uzmanlık alanına göre yapılandırılmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

4.2.4. Öğrenci Memnuniyeti Puanlarının Öğretim Türüne Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Araştırmanın bulgularına göre; ikinci öğretim programlarında öğrenim gören katılımcıların Öğrenci memnuniyet ölçeğinin fiziksel imkân puan ortalamaları normal öğretim programlarında öğrenim gören katılımcılara göre daha yüksektir. Altaş (2006), öğrenci memnuniyetini incelediği çalışmada fiziki özelliklerden duyulan memnuniyetin normal öğretim ve ikinci öğretim öğrencileri arasında farklılaştığını, Uzgören ve Uzgören (2007) ise normal öğretim öğrencilerinin memnuniyet düzeyinin %7.2'lik bir oranla ikinci öğretim öğrencilerinden daha yüksek olduğunu bulmuştur. Geçmiş bulgular bir farklılığa işaret etse de farkın kaynağı konusunda bu araştırma ile çelişkili sonuçlar rapor etmiştir. Bu çalışmada ise ikinci öğretim öğrencilerinin fiziksel imkan boyutunda normal öğretim öğrencilerine göre daha memnun olmasının sebebinin ikinci öğretim öğrencilerin ders saatleri dışında kalan kişisel ve akademik aktivitelere ayırdıkları sürenin uzun olması, bu zaman diliminin tesislerin çoğunun aktif olduğu mesai saatlerine denk gelmesi, ders esnasında ise fakültelerdeki derslik ve tesislerden faydalanan öğrenci yoğunluğunun daha az olması sebebiyle fiziksel imkanları daha verimli kullanabiliyor olmalarından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

4.2.5. Öğrenci Memnuniyeti Puanlarının Burs Alma Durumlarına Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Araştırmanın bulgularına göre, burs alan katılımcıların Öğrenci memnuniyet ölçeğinin Yönetim ve ders ve ders planı puan ortalamaları burs almayan katılımcılara göre daha yüksektir. Geçmiş araştırmalarda öğrencilerin burs, öğrenim desteği gibi

imkanlara sahip olup olmama durumu ile öğrenci memnuniyeti puanlarını birlikte ele alan doğrudan bulgulara rastlanmamıştır. Şahin ve ark (2014) öğrenci memnuniyetiyle ilişkili olabilecek öğrenci doyumunu incelediği çalışmasında Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin refah düzeylerine göre hizmet doyumunun farklılaşmadığını rapor etmiştir. Ancak bu çalışmada bursluluk yada öğrenim desteği alma gibi kategoriler yerine refah düzeyini çok kötü ile çok iyi arasında kategorilendirmiştir. Bu araştırmanın bulgularını yorumlamada katkı sağlayabilecek bir diğer çalışma Ekinci (2009) tarafından yürütülmüştür. Ekinci'nin (2009), Türkiye'de yükseköğretimde öğrenci harcamaları ve maliyetlerini incelediği çalışmada, birim öğrenci maliyetinin kamu harcamalarından (bursluluk, öğrenim desteği vb.) daha yüksek oranda hanehalkı tarafından karşılandığını, özellikle düşük gelir düzeyindeki öğrencilerin öğrenimlerine devam etmek için yaptıkları harcamaların aile bütçesinin oldukça büyük bir bölümünü oluşturduğunu tespit etmiştir. Bu bilgiler ışığında sınırlı bir yorum yapılacak olursa öğrencilerin burs ve öğrenim desteği alması öğrenimleri sürecinde ekonomik olarak bir nebze de olsa rahatlamalarına sebep olmuş olabilir. Dolayısıyla bu sınırlı refahın üniversite yönetiminden memnuniyet duymalarına, öğrenimlerine devam etmek için motive olmalarına olanak sağladığı, bu sebeple de burs almayan gruba göre ders ve ders planından daha memnun olmalarına sebep olduğu düşünülebilir. Ancak burs alma durumunun öğrencilerin yükseköğrenim kurumlarının sunduğu hizmetlerden memnuniyetleri arasında ne gibi farklılıklar oluşturduğunu tespit etmek için daha geniş bulgulara ihtiyaç duyulmaktadır.

4.3. Öğrenci Sadakatinin Kişisel Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Tartışma

Elde edilen bulgular doğrultusunda, spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin üniversite/fakülteye duyduğu sadakat düzeyinin orta düzeyinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yıldırım (2022)'in öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri üniversiteye ne kadar sadakatli olduklarını belirlemeyi amaçladıkları çalışmada sadakat düzeyinin memnun (orta) düzeyinde belirlediği, Saydam (2018)'in üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada sadakat düzeyinin “orta” düzeyde belirlediği ve Kasalak, Özcan ve Dağyar (2019)'in öğretmen adaylarının sadakati boyutlarının ortalamasının orta düzeyde belirlediği araştırmaların sonuçları bu çalışmanın bulgularıyla benzeşmektedir.

4.3.1. Öğrenci Sadakati Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin üniversitesine/fakültesine duyduğu sadakatin cinsiyete bağlı değişimi incelendiğinde, kadın ve erkek öğrenciler açısından anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Dilşeker (2011)'in devlet ve vakıf üniversitelerinde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptıkları ve öğrenci sadakati üzerinde cinsiyetin etkisinin belirlenmediği çalışma bulgularıyla benzerlik gösterirken, Yıldırım (2022)'in öğretmen adayları ile yapmış oldukları çalışmalarda kadın katılımcıların erkek katılımcılardan üniversitelerine olan sadakat düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucu ile farklılaşmaktadır. Bu farklılığın sebebi üniversite/fakülte sadakatinin yalnızca öğrencilerin öğrenim görmekte oldukları zaman süreci ile sınırlı olmadığı, mezun olduktan sonra daha belirgin olmasından kaynaklanabilir. Aslında öğrenci sadakatinin avantajları, öğrenci okuldan mezun olduktan sonra en üst düzeye ulaşır (Çalık Var, 2013). Çünkü mezunların okuldaki öğrencilerden daha sadık oldukları çeşitli araştırmalarda tespit edilmiştir (Medeiros ve Teixeira 2019).

4.3.2. Öğrenci Sadakati Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Öğrenci Sadakatinin yaş değişkenine ile ilişkisi ile ilgili yapılan analiz sonucunda, sadakat düzeylerinin öğrencilerin yaşları yükseldikçe arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Saydam (2018)'in üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada sadakat düzeyinin yaş gruplarına göre farklılaşmadığını belirlediği araştırma sonuçları bu çalışmanın bulgularıyla farklılaşmaktadır. Aslında sadakat üniversite yada fakülte ile yaşadığı tecrübelerle bağlıdır, yaşın artması ve daha üst sınıflarda edinilen tecrübeler arttıkça üniversite/fakülte daha iyi anlaşılacak ve sadakat artacaktır (Korkmaz Devrani 2009).

4.3.3. Öğrenci Sadakati Puanlarının Öğrenim Gördükleri Bölüme Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin üniversitesine/fakültesine duyduğu sadakatin öğrenim gördükleri bölüme göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir deyişle farklı lisans programlarında öğrenim gören spor

bilimleri fakülteleri öğrencilerinin üniversitesine/fakültesine duyduğu sadakati beden eğitimi ve spor öğretmenliği, antrenörlük eğitimi, spor yöneticiliği, rekreasyon bölümlerinde öğrenim görmeleri farklılaştırmamaktadır. Yıldırım (2022)'ın farklı bölümlerden mezun öğretmen adaylarıyla yaptığı ve Saydam (2018)'in farklı fakülte üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmalarda sadakat düzeyi ile öğrenim görülen fakülteler/bölümler arasında anlamlı farklılıklar belirlediği araştırmaların sonuçları bu çalışmanın bulgularıyla farklılık göstermektedir. Bu durum beden eğitimi ve spor öğretmenliği, antrenörlük eğitimi, spor yöneticiliği, rekreasyon gibi spor bilimlerinin, öğrencilere tam anlamıyla olmasa da benzer birçok ortak ders (seçmeli dersler, bireysel ve takım sporları), sportif, fiziksel ve eğitimsel (aynı öğretim elemanların bu derslere girmesi, spor salonlarının ortak olması vb.) şartları sunması ile benzer sadakat özellikleri geliştirmelerine sebep olmuş olabilir.

4.3.4. Öğrenci Sadakati Puanlarının Öğretim Türüne Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin üniversitesine/fakültesine duyduğu sadakatin öğretim türüne göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin öğrenim şekli değişkeninde ikinci öğretim öğrencilerinin sadakat düzeyi birinci öğretim öğrencileri ile benzerdir.

4.3.5. Öğrenci Sadakati Puanlarının Burs Alma Durumlarına Göre Farklılaşmasına İlişkin Tartışma

Son olarak spor bilimleri fakültesi öğrencilerini burs alma durumu sadakati olumlu yönde etkilemektedir. Saklı (2019) Sakarya Üniversitesinde farklı fakültelerde öğrenim görmekte olan öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada sadakat değişkenlerine yönelik görüşlerinin burs alma durumuna anlamlı farklılık göstermediğini belirlediği araştırma sonuçları bu çalışmanın bulgularıyla farklılık göstermektedir. Üniversite yaşamı içinde öğrencilere sağlanan olanaklardan yararlanma noktasında burslu olma değişkeninin bir fark oluşturması etkili olabileceği düşünülse de, esasen beklenen bir durum değildir. Aslında öğrenci sadakati, öğrencinin mali durumunun ya da başka bir durumun sonucu değildir, tamamen öğrencinin üniversiteye olumlu hisleri ile alakalı olmaktadır (Yu ve Kim 2008). Fakat öğrencilerinin farklı burs/maddi imkanları üniversite içerisinde daha rahat etmelerini sağladığı düşünüldüğünde yada diğer

öğrencilere göre burs almanın maddi yönden bir ayrıcalığı bu durumu belirli düzeyde açıklayabilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakati ile ilgili şu sonuçlara erişilmiştir;

1. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerin öğrenci sadakatini öğrenci memnuniyetinin fiziki imkanlar, öğrenme ve öğretme, danışmanlık, yönetim, ders ve ders Planı boyutları anlamlı düzeyde açıklamaktadır.

2. Araştırmada öğrencilerin cinsiyetlerine, yaşlarına, öğrenim gördükleri bölüme, program türüne ve burs alma durumlarına göre Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği alt boyutlarından aldıkları puan ortalamaları arasındaki farklılık incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; kadın öğrencilerin fiziki imkanlar ve yönetim alt boyut puan ortalamaları erkek öğrencilerden daha yüksek bulunurken, öğrencilerin yaşları ile memnuniyet puanları arasında ilişki gözlenmemiştir. Beden eğitimi ve Spor öğretmenliği bölümünde öğrenim gören öğrencilerin “Danışmanlık” boyutu puan ortalamalarının, Antrenörlük Eğitimi bölümünde öğrenim gören öğrencilerin ise “Ders ve Ders planı” boyutu puan ortalamalarının diğer bölümlerden yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin puan ortalamaları öğrenim gördüğü program türüne göre karşılaştırıldığında fiziki imkanlar alt boyutu için ikinci öğretim programlarında öğrenim görenlerin puan ortalamalarının normal öğretim programlarında öğrenim görenlere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Son olarak, burs alan katılımcıların almayanlara göre yönetim ve ders ve ders planı puan ortalamalarının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

3. Araştırmada öğrencilerin cinsiyetlerine, yaşlarına, öğrenim gördükleri bölüme, program türüne ve burs alma durumlarına göre Öğrenci Sadakati Ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasındaki farklılık incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin sadakat puan ortalamaları arasında cinsiyetlerine, öğrenim gördükleri bölüme ve program türüne göre fark yoktur. Öte yandan burs alanlar öğrencilerin sadakat puan ortalamaları burs almayanlara göre daha yüksektir. Öğrencilerin yaşları arttıkça sadakat puan ortalamalarının arttığı tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın ilgili literatüre önemli katkılar sunduğu söylenilebilir. İlgili literatürde üniversite öğrencilerinin memnuniyetini yorumlamak için akademik personel, üniversite tesisleri, programlar, üniversite yönetimi, üniversitenin konumu ve üniversitenin imajı gibi (Elliott ve Healy, 2001; Navarro vd., 2005; Douglas vd., 2006; Nasser vd., 2006; Yusoff vd., 2015; Farahmandian vd., 2013; Wilkins ve Balakrishnan, 2013) farklı faktörler üniversiteler yada farklı bölümler için kullanılmıştır. Bu katkılardan ilki öğrenci memnuniyetinin spor bilimleri fakülteleri özelinde geliştirilen bir ölçek (Erdoğan 2022) yardımıyla öğrenci sadakatine etkisinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamış olmasıdır. İkinci katkı ise yine spor bilimleri fakülteleri özelinde spor bilimleri fakülteleri öğrenci memnuniyeti ile öğrenci sadakati ilişkisini güçlendirdiğinin kanıtlanması yönünde de özgün bir çalışma olarak değerlendirilmektedir. Çalışma özellikle üniversitelerin (YÖKAK) ve spor bilimleri fakültelerin akreditasyon (SPORAK) çalışmalarının hız kazandığı bu döneme denk gelmesi de ayrıca manidar görülmektedir.

Üniversitelerde spor bilimleri alanında eğitim veren yükseköğretim kurumlarının başarı sağlayabilmesi ve rekabet edebilirliğinin en önemli göstergeleri arasında öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakati gelmektedir. Bu kurumların rekabetçi koşullarda ayakta kalabilmek ve gelişimini sürdürebilmek için öğrenci sadakatini ve sadakat sürekliliğini sağlamak adına öğrencilerin memnuniyet düzeylerini arttırma, sağladığı olanakları daha iyi seviyelere taşıyarak hizmet kalitesini artırma konularına daha fazla önem vermeleri beklenmektedir (Şirin, Erdoğan ve Çınar, 2019). Bu doğrultuda üniversitelerin bu fakültelerin tüm bölüm ve personelinin, öğrenci ihtiyaç ve beklentilerini karşılayabilmesi için müşteri ilişkileri yönetimi anlayışını benimsemesi ve koordineli hareket etmesi ihtiyaç olarak görülmektedir. Bunun sonucu olarak da öğrenci memnuniyetinin ve buna bağlı gelişen öğrenci sadakatinin yapılması kolaylaşacaktır. Çalışma sonucunda yapılan analizler ve öncesinde dile getiren literatür dikkate alındığında özetle şu önerilerde bulunulabilir.

Yükseköğretim Kurumları ve Fakültelere Yönelik Öneriler

Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlardan yola çıkarak üniversite ve spor bilimleri fakülteleri yöneticilerine katkı sunabileceği düşünülen öneriler aşağıda verilmiştir.

Öğrenci memnuniyeti boyutunda fiziki imkanlar ve ders ve ders planı boyutu en az memnun olunan boyutlar olarak öne çıktığından özellikle fiziksel aktivite, egzersiz/spor salonları ve derslik gibi fiziki unsurların üniversiteler tarafından spor bilimleri fakülteleri özelinde değerlendirilmesi ve yeterliliklerin yeniden gözden geçirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Ders ve ders içerikleri memnuniyetlerinin de istenilen düzeylerde olmaması spor bilimleri fakülteleri yöneticilerinin yada program yapıcılarının dikkate alması gereken önemli bir konu olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda Spor Bilimleri Fakülteleri/Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları müfredat güncelleme çalışmalarının Spor Bilimleri Derneği öncülüğünde en kısa sürede tamamlanarak YÖK'e sunulması uygulamaya geçilmesi önemli görülmektedir. Ayrıca ders plan ve ders içeriklerinin öğrencinin katılımını arttıracak, sorumluluk bilincini oluşturacak şekilde düzenlenmesinin öğrenci memnuniyetini oluşturacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda öğrenci memnuniyetinin sadakat üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde öğrenme ve öğretme ve fiziksel imkan memnuniyetinin öğrenci sadakatine oldukça etkili olduğu görülmüştür. Öğrenme ve öğretme memnuniyetinde önemli olan figür öğretim elemanlarıdır. Bu doğrultuda öğrencilerin öğretim elemanlarından algıladığı öğrenme ve öğretme memnuniyetinin öğrenci sadakatini üzerindeki etkisi düşünüldüğünde, öğretim elemanlarının öğrencilerin kişisel gelişimiyle ilgilenmesi, öğrencilerle iletişimi, ilgisi ve liderliğinin yanında alanlarında uzman olmaları gerekmektedir. Öğretim elemanları yükümlülüklerini yerine getirmeli, öğrencilere karşı zaman ayırmalı, adaletli davranmalı ve ilham kaynağı olmalıdır. Öğrenci sadakati öğretim elemanlarının desteğinin yanında fiziksel imkanlar boyutuyla da değerlendirildiğinde spor salonlarında, laboratuvarlarda ve dersliklerde kullanılan malzemelerin yeterli olmasına, bakım ve onarımının zamanında yapılmasına ve öğrenci kapasitesine uygun olmasına ve istenilen zamanlarda kullanıma açık olmasına önem verilmelidir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlardan yola çıkarak araştırmacılara yönelik öneriler aşağıda sunulmuştur.

Öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakatini yorumlarken bu çalışma kapsamında ele alınmayan kişisel değişkenler (gelir düzeyi, sınıf, barınma vb.) kullanılabilir.

Bu araştırmanın genellenebilirliğinin artırılabilmesi için bu konuda çalışma yapacak araştırmacıların sadece devlet üniversiteleri ile sınırlı kalmayıp özel üniversitelerin spor bilimleri fakülteleri örnekleminde ve Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları örnekleminde çalışmalarını gerçekleştirebilir ve karşılaştırmaları da yapılabilir.

Bu çalışmada Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği çok boyutlu yapıdan oluşurken, öğrenci sadakati ölçeği tek boyutlu bir yapıdan oluşmaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda benzer model, öğrenci sadakatini ölçen farklı yapı ve boyutlarda geliştirilen yada geliştirilecek olan bir ölçekle incelenebilir.

Bu araştırma nicel paradigma anlayışıyla gerçekleştirilmiştir. Konunun daha derinlemesine araştırılmasında nitel yöntem yada karma yöntem de kullanılabilir.

Araştırmada yer alan değişkenlerin birbirleriyle anlamlı ilişkilerinin yanında etkili olabileceği düşünülen (hizmet kalitesi, imaj vb) farklı değişkenlerle yeni model kurularak öğrenci sadakatinin öncülleri test edilebilir. Bu model ya da kurulacak yeni model çalışmaları yapısal eşitlik modeliyle test edilebilir, gizil değişkenler yeni modelde işe koşulabilir. Bununla birlikte, öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakatinin çeşitli örgütsel sonuçlar üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmalar da desenlenebilir.

Araştırmanın sadece spor bilimleri fakültelerinde yapılmış olması araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda spor eğitimi veren yükseköğretim kurumları arasında yer alan Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları üzerine araştırma yapılabilir.

6. KAYNAKLAR

- Aktepe C, Baş M, 2008. Marka bilgisi sürecinde marka farkındalığı ve algılanan kalite (beklenti) ilişkisi ve gsm sektörüne yönelik bir analiz, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), 81 – 96.
- Altaş D, 2006. Üniversite öğrencileri memnuniyet araştırması. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 21(1), 439-458.
- Alvesson M, Deetz S, 2000. Doing critical management research. Sage.
- Angelova B, Zekiri J, 2011. Measuring customer satisfaction with service quality using american customer satisfaction model (ACSI Model).International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences.1, 232-258.
- Annamdevula S, ve Bellamkonda RS, 2016. Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: development of HiEduQual. Journal of Modelling in Management, 11(2), 488-517.
- Araslı Ö, Karaçuha E, Özer G, ve Aydın S, 2004. Türk GSM sektöründe müşteri sadakati, memnuniyeti, güven ve değiştirme maliyeti arasındaki dinamik ilişkiler: Yapısal denklem modelleme tekniği, İktisat İşletme ve Finans, 19(219), 46-61.
- Ariff M, Fen HS, Ismail K, 2012. Relationship between customer perceived values, satisfaction and loyalty of mobile phone users. review of integrative business and economics research. 1 (1), 126-135.
- Arpaci Ö, Batman O, 2015. Helal konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 12(3), 74-86
- Atalık Ö, 2007. Customer complaints about airline service: a preliminary study of Turkish frequent flyers. Management Research News. 30 (6), 409-419
- Avcıkurt C, Köroğlu Ö, 2006. Termal otel işletmelerinde müşteri sadakatini artıran nitelikleri belirlemeye yönelik bir alan araştırması. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 3(1), 5-16.
- Aydın G, 2021. Öğrenci Hizmetlerinin yönetimi kapsamında Ankara üniversitesi öğrencilerinin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 78-93.
- Bezuidenhout G, De Jager J, 2014. Customer satisfaction at PHEIs in South Africa: an importanceperformance analysis. Journal of Contemporary Management, 11(1), 206-229.
- Bhattacharya CB, Sen S, 2003. Consumer-Company Identification: A framework for understanding consumers relationships with companies. Journal of Marketing, 67(4), 76-88.
- Biber ÇA, 2013. Öğretmen adaylarının ilköğretim matematik öğretmenliği lisans programı hakkındaki memnuniyet düzeylerinin araştırılması: Kastamonu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Örneği. Kastamonu Eğitim Dergisi, 21(3),1253-1270.
- Bowen J, Shoemaker S, 1998. Loyalty: A strategic commitment. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 39 (1), 12-25.
- Briggs S, 2006. An exploratory study of the factors influencing undergraduate student choice: the case of higher education in Scotland. Studies in Higher Education, 31(6), 705-722.
- Browne BA, Kaldenberg DO, Browne WG, Brown DJ, 1998. Student as customer: Factors affecting satisfaction and assessments of institutional quality. Journal of marketing for higher education, 8(3), 1-14.
- Bryant J, Bodfish S, 2014. The relationship of student satisfaction to key indicators for colleges and universities. National Research Report, Noel-Levitz, Inc., Cedar Rapids, IA, USA.
- Butt BZ, Rehman UK 2010. A study examining the students satisfaction in higher education. Procedia Social and Behavioral Sciences, 2, 5446-5450.
- Castillo Canalejo AM. Jimber del Río JA. 2018. Quality, satisfaction and loyalty indices. Journal of Place Management and Development, 11(4), 428- 446.

- Çatı K, Koçoğlu CM, 2008, Müşteri sadakati ile müşteri tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir çalışma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19, 167-188.
- Çelebiler YN, Süzen B, Şendağ R, Şipal A, Tamses ES, Tatoğlu Y, Temir AN, Tezcan G, 2013. Düzce Üniversitesi Tıp Fakültesi 4-5-6. sınıf öğrenci memnuniyeti düzeyi değerlendirilmesi. Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 3(1), 1-9.
- Çelikkol Ş, Bakır A, 2022. Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler ve müşteri memnuniyetinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi: Bir vakıf üniversitesi yüksek lisans öğrencileri üzerinde uygulama, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 23(1), 127-148.
- Çevik H, Yılmaz E, Korkmaz A, 2019. Kampüste spor deneyimi: üniversite öğrencilerinin kampüs rekreasyonel spor deneyiminin incelenmesi. Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 4(3), 346-359.
- Ceylan A, Özbal S, 2008. Özdeşleşme yoluyla sadakat oluşturma üzerine üniversite mezunları arasında yapılan bir çalışma. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 81- 110.
- Clemes DM, Gan CEC, Kao HT, 2008. University student satisfaction: an empirical analysis. Journal of Marketing for Higher Education, 17(2), 292-325
- DeShields Jr OW, Kara A, Kaynak E, 2005. Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying herzburg's two-factor theory. International Journal of Educational Management, 19(2), 128-139.
- Dick A, Basu K, 1994. Customer loyalty: Towards an integrated framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 22, 99–113.
- Douglas J, Douglas A, Barnes B, 2006. Measuring student satisfaction at a UK university. Quality Assurance in Education, 14(3), 251-267.
- Duman T, 2003. Richard L. Oliver'in tüketici memnuniyeti (consumer satisfaction) ve tüketici değer algısı (consumer value) kavramları hakkındaki görüşleri: teorik bir karşılaştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(2), 45- 56.
- East R, Hammond K, Harris P, Lomax W, 2000. First-store loyalty and retention. Journal of Marketing Management, 16(4), 307-325.
- Ekinci CE, 2009. Türkiye’de yükseköğretimde öğrenci harcama ve maliyetleri. Eğitim ve Bilim, 34(154), 120-133.
- Elliot KM, Shin D, 2002. Student satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. Journal of Higher Education Policy and Management, 24(2), 197-209
- Elliott MK. 2002. Key determinants of student satisfaction. Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice, 4(3), 271-279.
- Eser Z, Korkmaz S, Öztürk SA, 2011. Pazarlama. 2. Baskı, Ankara: Siyasal.
- Fredrickson JE, 2012. Linking student effort to satisfaction: The importance of faculty support in creating a gain-loss frame. Academy of Educational Leadership Journal, 16, 111–124.
- Garcia AA, 2009. European graduates’ level of satisfaction with higher education. Higher Education, 57,1-21.
- Gibson PO, 2008. The world of customer service. Cengage Learning.
- Giddens N, 2002. Brand loyalty. Ag decision maker, Iowa State University Extensions, 5(54), 1-2.
- Giner GR, Rillo AP, 2016. Structural equation modeling of co-creation and its influence on the student’s satisfaction and loyalty towards university. Journal of Computational and Applied Mathematics, 291, 257-263.
- Gremler DD, Brown SW, 1996. Service loyalty: its nature, importance, and implications. Advancing service quality: A global perspective, 5, 171-181.
- Griffin J, 1995. Customer loyalty: How to Earn It, How to Keep It. New york: Lexington.

- Gülcan Y, Kuştepe Y, Aldemir C, 2002. Yüksek öğretimde öğrenci doyumu: kuramsal bir çerçeve ve görgül bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(1).
- Güneren E, 2004. Müşteri sadakati oluşum sürecine ilişkin alternatif bir model, Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ankara.
- Hanssen TES, Solvoll G, 2015. The importance of university facilities for student satisfaction at a Norwegian University. Facilities, 744-759.
- Hartman DE, Schmidt SL, 1995. Understanding student/alumni satisfaction from a consumer's perspective: The effects of institutional performance and program outcomes. Research in Higher Education, 36(2), 197-217.
- Hom W, 2000 An overview of customer satisfaction models, paper presented at the annual meeting of the research and planning group for california community colleges, 38th Pacific Grove, Nisan 2000, CA, USA.
- Homburg CH, Stock-Homburg R, 2006. Theoretische Perspektiven zur Kundenzufriedenheit. Homburg ch. (Hrsg.), Kundenzufriedenheit: KonzepteMethoden-Erfassung, 6. baskı, Wiesbaden, Gabler, p. 17-24
- Hoyt JE, Howell SL, 2011. Beyond customer satisfaction: reexamining customer loyalty to evaluate continuing education programs. The Journal of Continuing Higher Education, 59(1), 21-33.
- Hsu M, Bailey A, 2011. Retention in business education: Understanding business student perceptions of academic advising and college life. International Journal of Business and Social Science, 2(21).
- İçli EG, Vural BB. 2010. Toplam kalite yönetimi ve uygulamaları çerçevesinde Kırklareli Üniversitesi meslek yüksekokulları öğrenci memnuniyeti araştırması. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(1), 335-349.
- Johan MRM, Noor NAZM, Bahar N, Yan LM, Ping LH, 2014. Factors affecting customer loyalty towards airlines industry in malaysia: an exploratory analysis. Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business. 6: 12-23.
- Kandampully J, 1998. Service quality to service loyalty: a relationship which goes beyond customer services. Total Quality Management, 9(6), 431-444.
- Karna S, Julin P, 2015. A framework for measuring student and staff satisfaction with university campus facilities. Quality Assurance in Education, 47-61.
- Kim D, Kim SY, 1995. Quesc: an instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. Journal of Sport Management, 9, 208-220.
- Kotler P, 2000. Marketing Management: The Millennium Edition. London: Prentice Hall International Inc. New Jersey
- Kotler P, Clarke R, 1987. Marketing for health care organization. London: Prentice Hall international Inc. New Jersey.
- Lin HH, and Wang YS, 2006. An examination of the determinants of customer loyalty in mobile commerce contexts. Information and Management, 43(3), 271-282.
- Marangoz M, Akyıldız M, 2007. Algılanan şirket imajı ve müşteri tatmininin müşteri sadakatine etkileri. Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(1), 194-217.
- Marozzi M, 2012. Tertiary student satisfaction with socialization: a statistical assessment. Quality and Quantity, 46, 1271-1278.
- Martensen A, Gronholdt L, 2003. Improving library users perceived quality, satisfaction and loyalty: an integrated measurement and management system. Journal of Academic Librarianship, 29(3), 140.
- McMullan, R, Gilmore A, 2003. The conceptual development of customer loyalty measurement: a proposed scale. Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing, 11(3), 230-243.

- Methlie LB, Nysveen H, 1999. Loyalty of on-line bank customers, *Journal of Information Technology*, PP.375-384, (14).
- Mohamad M, Awang. Z, 2009. Building corporate image and securing student loyalty in the Malaysian higher learning industry. *Journal of International Management Studies*, 4(1), 30-40.
- Mulyono H, Hadian A, Purba N, Pramono R, 2020. Effect of service quality toward student satisfaction and loyalty in higher education. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 929-938.
- Navarro MM, Iglesias MP, Torres PR, 2005. A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. *International Journal of Educational Management*, 19(6), 505 – 526.
- Odabaşı Y, 2005. Satış ve pazarlamada müşteri ilişkileri yönetimi, Sistem yayıncılık İstanbul.
- Oja M, 2011. Student satisfaction and student performance. *Journal of Applied Research in the Community College*, 19(1), 47–53.
- Oliver RL, 1997. Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill 13.
- Oliver RL, 1999, Whence Consumer Loyalty?, *Journal of Marketing*, Vol. 63, Fundamental Issues and Directions for Marketing, 33- 44.
- Parlar F, Çon M, 2020. spor yöneticiliği lisans programının deneyimsel öğrenme yaklaşımını kullanma bakımından yeterliği: yaşar doğu spor bilimleri fakültesi spor yöneticiliği programı örneği. *Turkish Studies*, 15, 4.
- Purgailis M, Zaksa K, 2012. The impact of perceived service quality on student loyalty in higher education institutions. *Journal of Business Management*, 4(6), 138-152.
- Rice M, 1997. What Makes Users Revisit a Web site, *Marketing News*, 31(6), 12-13
- Ridley DR, Boone MM, 2001. Alumni loyalty: A survey investigation. ABD Eğitim Bakanlığı Araştırma Raporu, Virginia, ABD.
- Ryu K, Han H, 2010. influence of physical environment on disconfirmation, customer satisfaction, and customer loyalty for firsttime and repeatcustomers in upscale restaurants. *International CHRIE Conferenced Refereed Track*. 13: 1-8. 28 temmuz 2010, ABD
- Şahin E, Göral M, Demirel M, Demirel DH, Arslan F, 2014. Spor bilimleri fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin eğitim hizmetlerine ilişkin doyum düzeylerinin belirlenmesi. *Turkish Journal of Education*, 3(2), 38-45.
- Şahin İ, Zoraloğlu YR, Fırat NŞ, 2011. Üniversite öğrencilerinin yaşam amaçları, eğitsel hedefleri üniversite öğreniminden beklentileri ve memnuniyet durumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 3(3), 429-452.
- Saoud S, Sanséau PY, 2019. Student loyalty through perceived service quality and satisfaction. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(2), 171-185.
- Schertzer CB, Schertzer SM, 2004. Student satisfaction and retention: a conceptual model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(1), 79-91.
- Schlesinger W, Cervera A, Pérez-Cabañero C, 2016. Sticking with your university: The importance of satisfaction, trust, image, and shared values. *Studies in Higher Education*, 42(12), 2178–2194.
- Shah M, Nair CS, Bennett L, 2013. Factors influencing student choice to study at private higher education institutions. *Quality Assurance in Education*, 21 (4), 402-416.
- Şimşek KY, Koloğlu DR, Yıldız FU, 2022. Rekreasyon Lisans Programlarında Ders Etkililiği: Tanımlayıcı Araştırma. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences*, 14(1).
- Styron Jr. R, 2010. Student satisfaction and persistence: factors vital to student retention. *Research in Higher Education Journal*, 6, 1.
- Sung M, Yang SU, 2009. Student–university relationships and reputation: a study of the links between key factors fostering students’ supportive behavioral intentions towards their university. *Higher Education* (00181560), 57(6), 787-811.

- Sürün İ, Mirzeoğlu AD, Güneş B, 2022. Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin eğitim hizmetlerine yönelik memnuniyet düzeylerinin incelenmesi. Egzersiz ve Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2(1), 1-16.
- Tinto V, 1987. Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition. USA Chicago, The University of Chicago press.
- Tsai MT, Tsai CL, Chang HC, 2010. The effect of customer value, customer satisfaction, and switching costs on customer loyalty: an empirical study of hypermarkets in taiwan. Social Behavior and Personality. 38 (6), 729-740.
- Türkyılmaz A, Özkan C, 2005. Ulusal müşteri memnuniyeti indeksleri, Kalder Forum, 16, 73-77.
- Uzgören N, Uzgören E, 2007. Dumlupınar Üniversitesi lisans öğrencilerinin memnuniyetini etkileyen bireysel özelliklerin istatistiksel analizi- hipotez testi, ki- kare testi ve doğrusal olasılık modeli, Dumlupınar Üniversitesi SB Enst. Dergisi. (14).
- Vander Schee BA, 2010. Students as Consumers: Programming for Brand Loyalty. Services marketing Quarterly, 32(1), 32-43.
- Vanden, J, Barlow PJ, 2014. Showing the love: Predictors of student loyalty to undergraduate institutions. Journal of Student Affairs Research and Practice, 51(1), 16-29.
- Wantara P, 2015. The relationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty in library services. International Journal of Economics and Financial Issues, 5(1S).
- Weerasinghe I, Dedunu H, 2017. University staff, image and students satisfaction in selected state universities. IOSR Journal of Business and Management, 19(5), 34-37.
- Williams J, 2002. Student satisfaction: a British model of effective use of student feedback in quality assurance and enhancement. 14th International Conference on Assessment and Quality in Higher Education Vienna, 24-27 Temmuz 2002.
- Yıldırım BF, Güneri YO, Aydın ÇY, 2015. Üniversite öğrencilerinin memnuniyet düzeyi ve ilişkili değişkenler. Eğitimde Kuram ve Uygulama, 11(2), 521-533.
- Yu GB, Kim JH, 2008. Testing the mediating effect of the quality of college life in the student satisfaction and student loyalty relationship. Applied Research in Quality of Life, 3(1), 1-21.
- Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu (2021), erişim tarihi 10 mayıs 2022 Erişim adresi <https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2021/YKS/kntkilavuz05082021.pdf>
- Yusoff M, McLeay F, Woodruff-Burton H, 2015. Dimensions driving business student satisfaction in higher education. Quality Assurance in Education, 86 - 104.
- Zeithaml VA, 1988. Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. Journal of Marketing, 52(3), 2-22.

7. EKLER

EK-A: Anket Formu

Kişisel Bilgi Formu

Değerli Öğrenciler, Bu araştırma spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin memnuniyet ve sadakat kavramlarına ilişkin algılarını saptamayı ve incelemeyi amaçlamaktadır Yükseköğretimin en önemli paydaşı olan siz öğrencilerin bu konudaki algılarının belirlenmesi spor bilimleri fakültelerinin kalite geliştirme çalışmalarına veri sağlayacağından ve özellikle bu fakültelerde yeni başlayan akreditasyon çalışmaları açısından da oldukça önemlidir. Sizlere sunulan ölçek formlarından elde edilecek veriler bilimsel bir çalışma kapsamında kullanılacak olup, hiçbir suretle paylaşılmayacaktır. Çalışmanın amacına ulaşabilmesi için soruları dikkatlice okuyup, içtenlikle cevap vermeniz gerekmektedir. Katılımınız ve bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz.

1. Cinsiyetiniz

Kadın () Erkek ()

2. Üniversiteniz

3. Bölümünüz

Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği () Antrenörlük Eğitimi () Spor Yöneticiliği () Rekreasyon Bölümü ()

4. Öğretim Türü

Birinci Öğretim () İkinci Öğretim ()

5. Herhangi bir destek bursu alıyor musunuz?

Alıyorum () Almıyorum ()

Spor Bilimleri Fakülteleri Öğrenci Memnuniyeti Ölçeği

Aşağıdaki ifadelerin karşısında yer alan seçeneklerden size uygun olanına (X) işareti koyunuz

	1	2	3	4	5
1 Spor tesislerinin yeterlilik düzeyinden memnunum					
2 Fakülte binasının (temizlik, bakım vs.) genel durumundan memnunum					
3 Eğitim ortamlarının (derslik, laboratuvar) yeterlilik düzeyi memnunum					
4 Fakülte kantinin hizmet kalitesinden memnunum					
5 Fakültenin internet erişim olanaklarından memnunum					
6 Fakülteadaki güvenlikten memnunum					
7 Fakülte öğretim elemanlarının öğretme becerilerinden memnunum					
8 Fakülte öğretim elemanlarının alanlarındaki bilgi düzeylerinden memnunum					
9 Fakülte öğretim elemanlarının öğrencilerle etkileşim düzeyinden memnunum					
10 Fakülte öğretim elemanlarının öğrencilere yönelik tutumlarından memnunum					
11 Fakülte öğretim elemanlarımızın kişilik özelliklerinden(tutarlılık, objektiflik, adalet...) memnunum					
12 Fakülte öğretim elemanlarımızın akademik başarıyı ölçme değerlendirme yöntemlerinden memnunum					
13 Danışmanımızın problem çözmeye katkısından memnunum					
14 Danışmanımızın iletişime açıklık düzeyinden memnunum					
15 Danışmanımız sorumluluklarımız konusunda bizleri bilgilendirme düzeyinden memnunum					
16 Danışmanımızın ulaşılabilirliğinden memnunum					
17 Danışmanımızın uyguladığı uyum ve tanıtma programından memnunum					
18 Fakülte yönetiminin dilek ve Şikâyetleri karşılama düzeyinden memnunum					
19 Fakülte yönetiminin uyguladığı öğrenci ödül ve ceza sisteminden memnunum					
20 Uygulamalı ve teorik derslerin oranından memnunum.					
21 Bölüm içi seçmeli derslerin çeşitlilik düzeyinden memnunum					

Öğrenci Sadakati Ölçeği

Aşağıda yer alan okulunuza sadakat algınızla ilgili soruları; (1) hiç katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) kararsızım, (4) katılıyorum, (5) kesinlikle katılıyorum şeklinde işaretleyiniz.

Öğrenci Sadakati:	1	2	3	4	5
Bir daha üniversite seçme şansım olsa, yine kendi üniversitemi seçerdim.					
Kendimi üniversiteme bağlı hissediyorum.					
Bu üniversiteye ait olduğum için çok mutluyum.					

EK-B: Etik Kurul Kararı

EK-C: Turnitin Raporu

SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTELERİNDE ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ORJİNALLIK RAPORU

% 17	% 17	% 6	% 6
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	%2
2	higheredu-sci.beun.edu.tr İnternet Kaynağı	%2
3	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	%2
4	Submitted to Selçuk Üniversitesi Öğrenci Ödevi	%1
5	756d243f-9742-4892-987f- 8834db07019e.filesusr.com İnternet Kaynağı	%1
6	acikerisim.akdeniz.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<%1
7	acikerisim.sakarya.edu.tr İnternet Kaynağı	<%1
8	acikerisim.selcuk.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<%1

8. ÖZGEÇMİŞ