



ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE MEMNUNİYET OLUŞTURAN UNSURLARIN SAPTANMASI: MARMARA ÜNİVERSİTESİ İŞLETME FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ İLE BİR ARAŞTIRMA

N. Ozan BAKIR *
F. Müge ARSLAN **
A . Ercan GEGEZ ***

Özet

Rekabetin şiddetli olduğu günümüzde üniversitelerin ayakta kalabilmeleri ve başarılı olabilmeleri için kurumlarına öğrenci çekebilmeleri önemlidir. Aday öğrencilerin üniversite tercihlerinde mevcut öğrencilerin memnuniyet düzeyleri önemli bir rol oynamaktadır. Bu sebeple bu çalışmanın temel amacı Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinin fakülte memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Çalışmada ayrıca öğrencilerin farklı demografik özelliklerine göre memnuniyete etki eden faktörlerde farklılıklara bakılmıştır. Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen araştırmada veriler kota örnekleme kullanılarak yüz yüze anket yöntemi ile toplanmış ve toplam 748 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin en çok memnun oldukları üç unsurun sırasıyla “fakültede yürütülen derslerin belirtilen ders saatleri içinde işleniyor olması”, “fakültede yer alan derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğü” ve “fakültenin akademik kadro kalitesi” olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin fakülteyle ilgili memnuniyetlerine etki eden unsurların, “sosyal ve kültürel aktiviteler”, “yiyecek ve içecek hizmetleri”, “akademik kadro”, “fiziksel ekipmanlar ve altyapı”, “dersler ve güvenlik”, “fakülte yönetimi”, “temizlik”, “lokasyon” ve “web sitesi” olmak üzere dokuz faktör altında toplandığı görülmüştür. Öğrencilerin farklı demografik özelliklerine bağlı olarak memnuniyete etki eden faktörlerde farklılıklar tespit edilmiştir. Öğrencilerin genel olarak fakülteden memnun olma durumlarına en fazla etki eden faktörlerin sırasıyla, “fiziksel ekipmanlar ve altyapı”, “akademik kadro”, “yiyecek ve içecek hizmetleri” ve “lokasyon” olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Eğitim Pazarlaması, Memnuniyet, Fakültede Memnuniyet Düzeyi

JEL Sınıflaması: M31

* Öğr.Gör.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Anabilim Dalı, obakir@marmara.edu.tr

** Prof.Dr., Marmara Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Pazarlama Anabilim Dalı, mugearslan@marmara.edu.tr

*** Prof.Dr., İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi, İ.İ.S.B. Fakültesi Dekanı, egegez@kemerburgaz.edu.tr

FACTORS AFFECTING SATISFACTION LEVELS OF UNIVERSITY STUDENTS: A RESEARCH ON MARMARA UNIVERSITY BUSINESS ADMINISTRATION FACULTY STUDENTS

Abstract

In the highly competitive environment of today, it is important to attract students to universities. For this reason, the satisfaction levels of current students enrolled in universities play a major role in the university preferences of prospective students. Thus the main objective of this study is to determine the satisfaction levels of students of Marmara University Business Administration Faculty. The research also tries to determine whether differences exist on the factors that affect satisfaction according to different demographic characteristics of students; and the effectiveness levels of factors that create satisfaction on satisfaction towards the faculty in general. Data were collected on Marmara University Business Administration Faculty students using quota sampling and face to face surveys where a total of 748 usable questionnaires were collected. The results of the research show that the three items that received the highest score on satisfaction were “performing lectures with in the hours stated”, “performing lectures in an organized manner”, and “the academic quality of the faculty staff”. The items that create satisfaction on students were collected under nine factors: “social and cultural events”, “food catering services”, “academic staff”, “equipment and infrastructure”, “courses and security”, “faculty management”, “hygiene”, “location” and “web site”. Differences were found on the factors that create satisfaction according to the different demographic characteristics of students. Additionally, the factors that showed the highest effects on satisfaction from the faculty in general in order were, “equipment and infrastructure”, “academic staff”, “food catering services” and “location”.

Keywords: Education Marketing, Satisfaction, Satisfaction Level Towards Faculty

JEL Classification: M31

I. Giriş

Eğitim, bir ülkenin sosyo-ekonomik ve siyasal düzeyinin büyümesine, gelişmesine ve güçlenmesine yardımcı olan en önemli araçlardan biri olarak kabul edilmektedir.¹ Dünya’da ve Türkiye’de eğitimin en üst noktası olan üniversiteler, toplumların bilimsel, sosyal, kültürel ve teknolojik açıdan gelişmesine yardımcı olan kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, ayrıca bireylerin yaşam kalitesinin artmasına neden olmaktadır. Ayrıca, üniversiteler genç bireylerin teknik ve mesleki bilgi alt yapısını oluşturulmasına yardımcı olurken, aynı zamanda mesleki beceriler kazandırmaya amaçlayan bilimsel ve dinamik bir yapıda oluşturulan kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu kurumlar, toplumun katmanlarının da oluşturulmasına olanak sağlamaktadır.²

1 Hussain, N. - Bhamani S, “Development of The Student Satisfaction Scale: Reliability and Validity”, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol:4, No:3, 2012, s.332.

2 Şahin, İ. ve diğerleri, “Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Amaçları, Eğitsel Hedefleri, Üniversite Öğreniminden Beklentileri ve Memnuniyet Durumları”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, Cilt:17, Sayı:3, 2011, s.433.

Günümüz dünyasının küreselleşmesi, ekonominin ve sanayinin daha hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Benzer şekilde, teknolojinin de bu denli gelişmesi, üreticilerin ürün ve hizmetlerini tüketicilerine farklı şekillerde ve daha fazla arttırarak sunmasına, insan refahını ve gelişmişlik düzeyini arttırmasına neden olmaktadır. Tüm bunların neticesinde, diğer sektörler gibi hizmet sektörü alanlarında meydana gelen değişim ve gelişmeler, bu alanlardaki hizmet türlerinin ve hizmet işletmelerinin artmasına yol açmaktadır. Hizmet sektöründeki büyümeye paralel olarak, eğitim sektörü de büyüme göstermektedir.³ Yükseköğretim kurumları da giderek, eğitim sektörü içerisinde kabul edilebilir bir paya sahiptir.⁴

Her sektörde olduğu gibi eğitim hizmetindeki en önemli unsurlardan biri, eğitim hizmeti alan öğrencilerin, beklentilerinin karşılanmasıdır. Çünkü beklentiler, öğrencilerin amaç ve gereksinimlerini nasıl gerçekleştirmesi gerektiğinin planlanmasına yol göstermektedir. Bununla birlikte, beklenti ile algı arasında bir ilişki mevcuttur. Beklenti ile algı arasındaki ilişkinin sıkı bir şekilde olması, yani birbirini tamamlaması öğrencilerde bir memnuniyet veya doyuma yol açmaktadır. Dolayısıyla, üniversite öğrencilerinin beklentilerinin üniversiteler tarafından olumlu bir şekilde karşılanması, öğrencilerin memnuniyet düzeyinin yükselmesine yol açarak, her alanda başarı düzeylerinin de yükselmesine neden olabilecektir.⁵

Bu noktadan hareketle, bu çalışmanın temel amacı, Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin fakülteden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesine yöneliktir. Bu sayede çalışmada, öncelikle eğitim hizmeti pazarlamasına değinilecek, sonrasında memnuniyet kavramı incelenerek, araştırma kısmına geçilecektir.

2. Eğitim Hizmeti Pazarlaması

Hizmet, bir kişi ya da kuruluşun bir başka kişi ya da kuruluşa sunduğu elle tutulamaz faaliyet olarak tanımlanmaktadır.⁶Hizmetlerin soyut oluşu, tüketicinin hizmet üretimi esnasında sürece katılması, insan unsurunun hizmetlerin bir parçası olması ve bu yüzden farklılıklar göstermesi, hizmetlerin stoklanamaması ve dağıtım kanalının farklı bir yapıda olması gibi unsurlar tüm hizmetlerin genel özellikleri arasında yer almaktadır. Bu özellikler eğitim hizmeti için de geçerlidir. Ancak, eğitim hizmetlerini diğer hizmetlerden farklılaştıran özellikler de söz konusudur. Bunlar;⁷

- 3 Okumuş, A. - Duygun, A. "Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:8, No:2, 2008, s.18.
- 4 De Shields Jr, O.W. ve diğerleri, "Determinants of Business Student Satisfaction and Retention in Higher Education: Applying Herzberg's Two-Factor Theory", *International Journal of Educational Management*, Vol:19, No:2, 2005, s.128.
- 5 Şahin, İ. ve diğerleri, *Üniversite...a.g.k.*, s.435.
- 6 Karafakioğlu, M, *Pazarlama İlkeleri*, İstanbul, 2005, Literatür Yayınları, s.129.
- 7 Sökmen, A, "Öğrenci Memnuniyetine Yönelik Ankara'daki Bir Meslek Yüksek Okulunda Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, No:3/4, 2011, s.68.

- Öğrenci hizmeti elde etmek için, çoğunlukla hizmet işletmesine yani üniversitelere gitme mecburiyetindedir. Ancak son yıllarda yaygınlaşan elektronik eğitim ve uzaktan eğitim uygulamaları ikame eğitim türleri olarak kabul edilmektedir.
- Öğrenciye hizmet, tek bir noktadan ulaştırılabileceği gibi, çoklu üretim-tüketim merkezleriyle de ulaştırılabilir.
- Üniversiteler, tesis ve ekipmanların yanı sıra, öğretim elemanları ve çalışanlarıyla da hizmetlerini sunarlar.
- Öğrenci hizmeti sürekli olarak kullanmaktadır.
- Eğitim hizmetlerinin belirli bir düzeyde öğrenci istek ve ihtiyaçlarına göre uyarlanma imkânı söz konusudur.
- Öğrenciyle birebir ilişki halinde olan öğretim elemanlarının, öğrencilerin istek ve ihtiyaçlarını değerlendirme imkânı bulunmaktadır.

Torlak (2001) çalışmasında eğitim hizmetleri pazarlamasını, eğitim ihtiyacı olan öğrenciler ve yakınlarının istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için eğitim hizmetleri geliştirme, onlar için bu hizmetleri kabul edilebilir bir şekilde fiyatlandırma, uygun yerlerde bu hizmetleri sunma ve tutundurma faaliyetlerinin tümü olarak tanımlamıştır.⁸

Yaşadığımız çağ içinde, bilgi kolay ve hızlı bir şekilde iletilebilmektedir. Bilginin bu denli hızlı iletilmesi, her sektörde olduğu gibi bu sektörde de, bilginin kazanım hızını etkilemektedir. Bilgi ne kadar hızlı bir şekilde kazanılırsa, pazardaki değişimleri önceden fark edilmesine ve rekabet üstünlüğüne yol açmaktadır. Buradaki asıl önemli unsur, bilginin doğruluğudur. Rekabette başarılı olabilmek için, üründe, hizmette ve insan gücünde kaliteye büyük önem verilmektedir. Bir ülkedeki eğitim sistemi de, bu rekabet gücünü önemli ölçüde belirleyen kurumsal bir yapı taşıdır. Çünkü eğitim sistemi bu rekabeti kaldıracak nitelikte bireyleri yetiştirmekle görevlidir.⁹ Ayrıca üniversitelerin var oluş nedeni, öğrencilerin eğitim ve öğretimlerini geliştirerek, başarılı bir şekilde kendi kurumlarından mezun etmektir. Bunu yaparken ise, üniversite yönetimleri, öğrencilerine vereceği eğitim programlarını bugün ve geleceğin rekabet şartlarına uygun programlar oluşturarak planlamalıdır.¹⁰

Globalleşme sonucunda, her sektör içindeki firmalar açısından rekabet daha sert bir şekilde kendini göstermeye başlamıştır. Özellikle eğitim sektöründe, nitelikli öğrencilerin yetiştirilmesi ve iş dünyasına kazandırılması, bu rekabetteki en önemli unsurlardan birini teşkil etmektedir. Yükseköğrenim gören öğrencilerinin yetiştirilmesi esnasında, üniversite kurumlarının yapısının

8 Binbaşıoğlu, H, "Yükseköğretimde Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanması: Bir Pilot Araştırma", **Uluslararası Yüksek Öğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar**, Cilt:3, Bölüm:16, 27-29 Mayıs 2011, İstanbul, s.2466.

9 Gavcar, E ve diğerleri, "Öğrencilerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini Tercih Nedenleri ve Beklentileri (Muğla Üniversitesi Örneği)", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl:4, Sayı:7, 2005, Bahar, s.23.

10 De Shields Jr, O.W. ve diğerleri, **Determinants...a.g.k**, s.128.

idari görevliler sayesinde kaliteli bir şekilde oluşturulması gerekmektedir. Bu oluşumun başlıcaları şu şekilde sıralanabilir:¹¹

- Eğitim standardını yükseltmek,
- Eğitim için yeni kaynaklar oluşturmak,
- Kurumun yapısı ve donanımlarına uygun teknolojiyi kurmak ve kullanmak,
- Ölçme ve değerlendirme sistemlerini iyileştirmek veya geliştirmek,
- Öğretim üyelerinin yeterliliklerini ve niteliklerini arttırılmasına yardımcı olmak,
- Eğitim ve öğretimde kaliteyi oluşturmak ve arttırmak,
- Öğrencinin eğitimi esnasında, sosyal, psikolojik, ilmi ve ahlâki değerlerinin geliştirmesine olanak sağlamak.

Eğitim hizmeti pazarlamasıyla ilgili yapılan çalışmalarda özellikle kalite ön plana konulmuştur. Manoharran (2009), bir eğitim kurumunda dikkat edilecek en önemli öğelerin, “*eğitimin kalitesi*”, “*öğretimin kalitesi*”, “*öğrencilere sunulan tesis olanaklarının kalitesi*” ve “*kurum ile öğrenci arasındaki ilişki kalitesi*” olarak saptamıştır.¹² Başka bir çalışmada ise, eğitim hizmetleri içinde yer alan “*öğrenci kalitesi*”, “*akademisyenlerin kalitesi*”, “*fiziki ortamın ve teknik donanımın kalitesi*”, “*sosyo-kültürel ve eğitim faaliyetlerinin kalitesi*” ile “*yönetim anlayışı*” unsurlarının eğitimin kalitesini etkileyen önemli etmenler olduğu belirtilmiştir.¹³ Bununla birlikte, eğitim hizmeti pazarlamasıyla ilgili yapılan çoğu çalışmada asıl önemli öğeleri öğrenciler ve öğrencileri yetiştiren akademisyenler olduğu dile getirilmiştir.¹⁴

Eğitim sektörü içinde yer alan üniversitelerin, yukarıda bahsedilen unsurlar gibi birçok konuda stratejik kararlar alması gerektirmektedir. Çünkü üniversiteler, başarılı, çalışkan, kendini geliştirebilen, yetenekli ve istekli öğrencilerini kendi bünyelerine katabilmek için var olan durumlarını sürekli iyileştirmeli ve geliştirmelidirler. Bu iyileştirme ve geliştirmenin ölçülmesi için ise, öğrenci memnuniyetine başvurulması gerekmektedir.

11 Ulusoy, H, ve diğerleri, “Hemşirelik Öğrencilerinin Eğitimleriyle İlgili Memnuniyet Düzeylerinin Saptanması”, **Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanat Dergisi**, Cilt:3, Sayı:2, 2010, s.16.

12 Hussain, N. - Bhamani S, **Development...a.g.k**, s.332.

13 Eroğlu, E. “Sürekli Kalite İyileştirme İlkelerinin Temel Eğitimde Uygulanması, IV. Ulusal sınıf Öğretmenliği Sempozyumu,15-16 Ekim 1998 Pamukkale Üniversitesi-Denizli, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:7(özel sayı), 2000, s.167-174.

14 Taşkın, E. - **Büyük, K.** “Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya'daki Özel Dershane Öğrencileri ile İlgili Bir Saha Araştırması)”,**Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:7, 2002, Aralık, s.206.

3. Memnuniyet Kavramı ve Öğrenci Memnuniyeti

Türk dil kurumuna göre memnuniyet kelimesinin sözlük anlamı “memnun olma, sevinme, sevinç duyma” olarak tanımlanmıştır.¹⁵ Oliver (1997) memnuniyet kavramını, müşteri gereksinimlerinin karşılanması için, bir ürün veya hizmetin tatmin edici bir şekilde yerine getirilmesine ilişkin müşterideki algı durumu şeklinde tanımlamıştır.¹⁶ Müşteriye sunulan ürün veya hizmetlerin müşterilerde oluşan beklentileri karşılanması ile memnuniyet sağlanabilir.¹⁷ Müşterilerin herhangi bir ürüne veya hizmete karşı memnun olduğunu ileri sürmesi, bu ürün veya hizmete karşı olumlu bir tutum geliştirmiş olduğu anlamına gelebilir. Kısaca, müşterilerin herhangi bir objeye veya duruma karşı kendi içinde oluşturmuş olduğu bir tutum memnuniyet olarak nitelendirilebilir.¹⁸

Türkiye’de üniversite öğrencileri okudukları bölümü veya programı, ileride bir meslek sahibi olmak ve geleceğini güvence altına almak için tercih etme eğilim gösterirler. Ancak Türkiye şartlarında bir öğrencinin istediği bölüme veya programa girmesi oldukça güç bir durumdur. Üniversite sınavına giren öğrenciler bazen herhangi bir üniversite kazanamama durumu yaşamamak için gerçekte istemedikleri üniversite bölümlerini de tercih etmek zorunda kalabilmektedirler. Üniversiteyi kazanan bir öğrencideki asıl amaç, kazanmış oldukları bölümden mezun olarak, gelecekteki beklentilerini gerçekleştirmeye yönelik olmalıdır. Üniversite öğrencilerinin üniversiteden gerek akademik, gerek sosyal, gerekse de kültürel olarak beklentileri söz konusudur. Burada da üniversite yönetimlerinin üzerine düşen görevlerin başında, öğrencilerim bu beklentilerine cevap verebilecek ve onların üniversiteden memnuniyetini en üst seviyeye çıkartarak mezun etmek olmalıdır.¹⁹ Üniversite yönetiminin, öğrenci beklentilerini karşılaması, onların memnuniyet düzeylerini arttırmasına yardımcı olacaktır.

Chiandotto ve diğerlerinin (2007) yapmış olduğu çalışmada, öğrencilerin okumuş oldukları bölümden memnun olduklarında üniversite yönetimine daha az şikayette buldukları, memnun olmadıkları durumunda ise, üniversite yönetimine daha fazla şikayette bulduklarını tespit etmiştir. Öğrencilerden çok fazla şikayet gelmesi, üniversitenin öğrencilerin beklentilerini karşılayamama durumundan kaynaklandığı söz konusudur. Tüm bu unsurlara dayanarak, öğrencilerin beklentilerinin karşılanması durumunda, öğrencilerin üniversiteden memnun olma düzeylerinin yükseleceği öngörülebilir. Bundan ötürü, özellikle bazı vakıf üniversitelerinin bazı devlet üniversitelerine kıyasla üniversitelerini tercih edecek öğrencilere daha fazla imkân sunması pazar içindeki rekabeti arttırmaktadır.²⁰

15 www.tdk.gov.tr, 04.09.2013

16 Oliver, R. L. “Whence Consumer Loyalty?”, *Journal of Marketing*, Vol:63 (Special Issue), 1999, s.35.

17 Graham, G. “Why it is CustomerLoyaltyThatCounts (and How to Measure it)”, *Managing Service Quality*, Vol:5, No:1, 1995, s.15.

18 Gülcan, Y. ve diğerleri, “Yüksek Öğretimde Öğrenci Doyumu: Kuramsal Bir Çerçeve ve Görgül Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:7, Sayı:1, 2002, s.100.

19 Şahin, İ. ve diğerleri, *Üniversite...a.g.k*,s.433.

20 Şahin, İ. ve diğerleri, *Üniversite...a.g.k*,s.434.

Quinn ve diğerlerinin yapmış olduğu çalışmada, bir üniversitenin müşterilerini çeşitli gruplarda toplamıştır. Bu müşteri gruplarından ilkinin, eğitim, konaklama, beslenme ve sosyal faaliyetlerden yararlanan öğrenciler oluşturmaktadır. İkinci müşteri grubunu ise ebeveynler veya veliler oluşturmaktadır. Bu müşteri grubu eğitim hizmetinin bedelini ödeyen ve bazı durumlarda iletişime geçilen kişilerdir. Üçüncü müşteri grubu ise, ürün ve hizmeti sunan üniversite çalışanları ve akademisyenlerden meydana gelmektedir. Üniversite için bilgi, hizmet veya faaliyetlerin oluşturulması için bütçe sağlayan sponsorlar (araştırma sponsorları) da üniversite müşterisi olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer müşteri grubu ise, üniversitelerden mezun olan kişilere iş olanağı sunan işverenlerdir. Üniversitenin diğer müşterilerinin ise, toplum, akreditasyon birimleri ile akademik çevre unsurları oluşturmaktadır.²¹Bu çalışma, yukarıda belirtildiği şekilde üniversitenin tüm olanaklarından faydalanmaya çalışan ve müşterisi olan öğrenciler üzerinde uygulanmıştır.

4. Eğitim Pazarlaması Üzerine Yapılan Başlıca Çalışmalar

Tablo 1’de eğitim pazarlaması üzerine yapılan bazı çalışmalar verilmiştir. Tablo 1’de ayrıca öğrencilerin fakülte veya üniversite tercih etme faktörleri listelenmiş ve araştırma sonuçları özetlenmiştir.

Tablo 1. Üniversite Eğitimi Pazarlaması Üzerine Literatür Taraması Sonuçları

YAZAR ADI	ÖĞRENCİLERİN FAKÜLTE/ ÜNİVERSİTE TERCİH ETME FAKTÖRLERİ	SONUÇ
Hanson ve diğ. (1999)	Akademik Ün, Derslerin Kalitesi, Üniversitenin Prestiji, Programın Çeşitliliği, Kampüs Sosyal Hayatı, Lokasyon, Kayıt Ücretleri, İletişim Hızı, Fakülteye Giriş Zorluğu	Öğrencileri pozitif yönde etkilen en önemli faktörler, akademik ün, derslerin kalitesi ve üniversitenin prestiji unsurları sonucun ulaşılmıştır.
Gülcan ve diğ. (2002)	Kurumsal Etkenler, Üniversitenin Sosyal Olanakları, Öğrenci Beklentileri	Belirtilen faktörlerin, öğrencilerin okuldan duydukları memnuniyet derecesinin ölçülmesinde önemli bir rol teşkil ettiği sonucuna varılmıştır.
Gray ve diğ. (2003)	Üniversitenin Kalitesi, Fiziksel Ekipmanlar, Akademik Kadro, Kampüsün Konumu, Uygun Eğitim Bedeli, Üniversite Yönetiminin Öğrencileri ile ilgilenmesi, Üniversitenin Marka Olması, Eğitimin Kalitesi	Belirtilen faktörlere, Hong Kong’daki öğrencilerin Malezya ve Singapur’daki öğrencilere kıyasla daha az memnun oldukları sonucuna varılmıştır.

21 Quinn, A. ve diğerleri, “Service Quality in Higher Education”, *Total Quality Management*, Vol:20, No:2, February, 2009, s.141.

YAZAR ADI	ÖĞRENCİLERİN FAKÜLTE/ ÜNİVERSİTE TERCİH ETME FAKTÖRLERİ	SONUÇ
Judson ve diğ. (2004)	Üniversitenin Spor Aktiviteleri, Üniversitenin Marka Olması, Üniversitenin Saygınlığı, Üniversitenin Lokasyonu ve Toplu Taşımaya Uygunluğu	Erkek öğrencilerin, bayan öğrencilere kıyasla bu faktörlerden daha fazla memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır.
Gavcar ve diğ. (2005)	Fakültenin Düşük Puan ile Tercih Edilmesi, Fakültenin Ailenin Yaşadığı Yere Yakınlığı, Fakültenin Bulunduğu İlin ve Çevresinin, Çekiciliği, Fakültede Verilen Eğitimin Yüksek Olması	İktisat bölümünde okuyan öğrenciler fakülteden en fazla memnun iken, işletme ve kamu yönetimi bölümünde okuyan öğrencilerin memnuniyet düzeyi daha düşük olduğu saptanmıştır.
Okumuş ve Duygun (2005)	Güvenirlilik, Karşılık Verebilmek, Yeterlilik, Saygı, İletişim, İnanırlılık, Güvenlik, Öğrenciyi Anlamak ve Fiziksel Varlıklar (SERVQUAL Ölçeği eğitim hizmetine uyarlanmıştır)	Öğrencilerin algıladıkları hizmet kalitesi arttıkça, genel memnuniyet düzeylerinde de bir artış olduğu tespit edilmiştir.
Şahin (2009)	Öğretim Elemanları, Danışmanlık, Yönetim, Kaynaklar, Bilgisayar Olanakları, Dersler ve Ders Programları	Öğrencilerin yönetim, kaynaklar ve bilgisayar olanakları unsurlarından oldukça düşük düzeyde memnun oldukları; öğretim elemanları, danışmanlık ve ders programları unsurlarından ise orta düzeyde memnun oldukları sonucu ortaya çıkarılmıştır.
Ulusoy ve diğ. (2010)	Eğitim-Öğretimin Niteliği, Okulun Öğrencilerle ve Diğer Kurum/ Kuruluşlarla İşbirliği, Yönetim Tarzı, Öğretim Elemanları, Oryantasyon ve Sunulan Destek Hizmetleri, Sosyal ve Kültürel Hizmetler, Sağlık Hizmetleri, Okul Binasının Kullanıma Uygunluğu/ Fiziki Yapısı, Öğrenciye Verilen Değer, Bilgilendirme ve Kararlara Katılım, Ölçme ve Değerlendirme	Öğrencilerin tümünün her faktördeki memnuniyet düzeylerinden orta düzeyde memnun olduğu saptanmıştır.
Sökmen (2011)	Enstitülerde/Fakültelerde/ Yüksekokullarda; Programa ve Sunulan Eğitime Yönelik Memnuniyet, Genel Olarak Üniversiteye İlişkin Memnuniyet	Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun üniversitedeki program ve sunulan eğitim ile genel olarak üniversite hizmetinden orta düzeyde memnun oldukları ortaya çıkarılmıştır.
Şahin ve diğ. (2011)	Öğrenimin Ucuz Olması, Bölümün Genel Yapısı, Bölümün Bilimsel Gelişmişliği, Öğrencilerin Evden Uzaklaşma Frisatı, Üniversitenin Bulunduğu Kent, Üniversite Yurdunda Kalma, Sosyal Tesislerin Çokluğu, Mezun Olunca İş Bulma Kolaylığı	Birinci sınıfta okuyan öğrencilerin son sınıfta okuyan öğrencilere kıyasla tercih ettiği bölümden daha fazla memnun olduğu sonucu ortaya çıkarılmıştır

YAZAR ADI	ÖĞRENCİLERİN FAKÜLTE/ ÜNİVERSİTE TERCİH ETME FAKTÖRLERİ	SONUÇ
Binbaşoğlu (2011)	Akademik ve İdari Hizmet Memnuniyeti, Eğitim ve Kariyer, Fiziki Olanaklar	Öğrencilerin en fazla memnun oldukları boyutlar fiziki olanaklar, eğitim ve kariyer unsurları olurken, en az memnun oldukları boyut ise akademik ve idari hizmet memnuniyeti çıkmıştır.
Yavuzalp (2011)	Tüm eğitim pazarlaması karmasına ilişkin, ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma, insan, fiziksel kanıtlar, süreç ve verimlilik unsurlarından öğrencilerin üniversiteden memnun olmalarını algısal haritalarla incelemiştir.	Yapılan çalışmada İstanbul'daki devlet üniversiteleri ile vakıf üniversiteleri karşılaştırılmıştır. Buna göre, vakıf üniversite yönetimlerinin ellerindeki kaynakları doğru bir şekilde kullandığı ortaya çıkmıştır.
Hussain ve Bhamani (2012)	Eğitim Olanakları, Müfredat, Eğitim ve Öğretim, Üniversite Ortamı, İdari Tesisler, Politika ve Prosedürler	Öğrencilerin en fazla memnun oldukları faktörler sırasıyla üniversitelerin eğitim olanakları ile, üniversitede verilen eğitim ve öğretim faktörleri olarak saptanmıştır.
Yalçın ve diğ. (2013)	Kültürel Etkinlikler ve Faaliyetler, Kurslar, karar Sürecinde Rol Almak, Temizlik ve Hijyen, Öğrenci İşleri ve İletişim, Üniversite Öğrencisi gibi Hissetmek ve Değer, Laboratuvar ve Teknolojik Altyapı, Danışmanlık, Binalar, Derslikler ve Amfiler, Yöneticiler	Öğrencilerin en fazla memnun oldukları unsurlar danışmanlık ve Üniversite Öğrencisi gibi Hissetmek iken, en az memnun oldukları unsurlar ise, Laboratuvar ve Teknolojik Altyapı ile Binalar, Derslikler ve Amfilerdir.

Tablo 1'den de görüldüğü gibi üniversite eğitimi pazarlaması üzerine yapılan çalışmalarda memnuniyete etki eden unsurların ağırlıklı olarak üniversitenin kalitesi, fiziksel ekipmanlar, akademik kadro, verilen eğitim kalitesi, lokasyon gibi konularda olduğu tespit edilmiştir.

5. Metodoloji

Bu araştırmanın temel amacı, Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin fakülteden memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Çalışmanın yan amacı ise, fakülte memnuniyet algılamalarının öğrencilerin farklı demografik özelliklerin göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmeye yöneliktir. Çalışmada ayrıca, öğrencilerin genel olarak fakülte memnuniyetlerine etki eden faktörlerin etki dereceleri de tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu amaçlar doğrultusunda bir anket formu geliştirilmiştir. Öğrencilerin fakülte memnuniyet düzeylerini belirlemek amacıyla oluşturulan anket formunda, 40 değişken, beşli Likert tipi ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Ayrıca ankette, öğrencilerin demografik özelliklerinin yanı sıra, lise ve üniversite öğrenimleri hakkında sorulara yer verilmiştir.

Fakülte memnuniyet düzeyleri ile ilgili ölçek, Hussain ve Bhmani (2012) çalışmasından 8 soru, Sökmen (2011) çalışmasından 4 soru, Yavuzalp (2010) çalışmasından 15 soru ve yazarlar tarafından oluşturulan 13 soru ile ölçülmüştür. Böylece fakülte memnuniyet ölçeği için toplam 40 soru oluşturulmuştur.

Bu araştırma eğitim, konaklama, beslenme ve sosyal faaliyetlerden yararlanan, üniversite öğrencileri (müşteriler) üzerine yapılmıştır. Bu sebeple, araştırmanın ana kütlesi Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde okuyan tüm öğrenciler olarak belirlenmiştir. Zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı, örnekleme yöntemi olarak, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kota örnekleme kullanılmıştır. Kota örnekleme, düşük maliyeti ve özellikle ana kütlein büyük olduğu araştırmalarda kullanılan bir yöntemdir.²² Bu çalışmada Türkçe İşletme, İngilizce İşletme ve Almanca İşletme'de okuyan tüm öğrencilerin sayıları ve her bir bölümün yıllık öğrenci kontenjanları öğrenci işlerinden temin edilmiştir. Her bir bölümün birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıflarındaki, hem örgün eğitim hem de ikinci eğitimde okuyan öğrencilerin sayılarına ulaşılmıştır. Elde edilen öğrenci sayılarına göre kotalar oranlanmıştır. Buna bağlı olarak, Türkçe İşletme Bölümü'nden 468 öğrenci, İngilizce İşletme Bölümü'nden 156 öğrenci ve Almanca İşletme Bölümü'nden 151 öğrenciden veri elde edilmiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket kullanılmıştır. Anketlerin eksiksiz cevaplanması için öğrencilere gerekli açıklamalar yapılmıştır. Öğrencilerin anketleri doğru ve samimi bir şekilde cevaplamaları için kendilerinden kimlik bilgileri istenmemiştir. Veri toplama aşaması sonucunda toplam 775 anket elde edilmiştir. Anketler incelenmiş, hatalı, tutarsız ve eksik olanlar ayıklanarak toplam kullanılabilir anket sayısı 748 adet olmuştur. Çalışma, tanımsal bir araştırma olup veriler SPSS for Windows 16.0 paket programıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan 748 cevaplayıcının demografik özelliklerine ait veriler Tablo 2'de özetlenmiştir. Tablo 2'ye göre, anketi cevaplayan katılımcıların % 53,7'si kadın , % 46,3'ü erkeklerden oluşmaktadır. Aynı tabloya göre cevaplayıcıların yaşlarına bakıldığında, ağırlıklı olarak 22 yaşında (%27,1) ve bekâr (%99,1) olduğu görülmektedir.

22 Gegez, E. **Pazarlama Araştırmaları**, 3. Baskı, İstanbul, 2010, Beta Yayınevi, s.217-218.

Tablo 2. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

	FREKANS	YÜZDE (%)		FREKANS	YÜZDE (%)
	YAŞ		CİNSİYET		
17 yaş	2	0,3	Kadın	402	53,7
18 yaş	16	2,1	Erkek	346	46,3
19 yaş	62	8,3	TOPLAM	748	100
20 yaş	106	14,2	MEDENİ DURUM		
21 yaş	127	17	Bekâr	741	99,1
22 yaş	203	27,1	Evli	7	0,9
23 yaş	131	17,5	TOPLAM	748	100
24 yaş	27	7,6			
25 yaş	25	3,3			
26 yaş	7	0,9			
27 yaş	7	0,9			
28 yaş	3	0,4			
29 yaş ve üzeri	2	0,3			
TOPLAM	748	100			

Tablo 3’de ise ankete katılanların lise ve üniversite öğrenim özellikleri verilmiştir. Tablo 3’e göre, katılımcıların büyük bir kısmının (%55,2) Anadolu Lisesi mezunu olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin İşletme Fakültesi’ne gelme durumları incelendiğinde, en fazla oranın % 91,6 ile üniversite sınavını kazanarak geldiği görülmektedir. Aynı tabloda belirtildiği gibi öğrencilerin çoğunluğunun (% 80,7) örgün eğitim (İ.eğitim) programında okuduğu; öğrenim süreleri göz önüne alındığında, % 15,9’unun üniversitede 1. yılı, % 12,7’sinin 2. yılı, % 24,6’sının 3. yılı, % 28,9’unun 4. yılı, % 14’ünün 5. yılı, % 2,1’ini 6. yılı ve % 1,7’sinin ise 7. yılı olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, öğrencilerin kendi bölümlerini okumaktan memnun olup olmadıkları sorusuna çoğunluk (% 62,4) “evet” cevabı vermiştir.

Tablo 3. Cevaplayıcıların Lise ve Üniversite Öğrenim Özellikleri

	FREKANS	YÜZDE (%)		FREKANS	YÜZDE (%)
MEZUN OLUNAN LİSE			OKUDUĞU BÖLÜM		
Fen Lisesi	6	0,8	İşletme (TR)	448	59,9
Anadolu Lisesi	413	55,2	İşletme (ING)	156	20,9
Meslek Lisesi	7	0,9	İşletme (ALM)	144	19,3
Teknik Lise	1	0,1	TOPLAM	748	100
Genel (Düz) Lise	214	28,6	OKUDUĞU PROGRAM		
Askeri Lise	3	0,4	I. Öğretim	604	80,7
Özel (Kolej) Lise	74	9,9	II. Öğretim	144	19,3
Öğretmen Lise	22	2,9	TOPLAM	748	100
Sosyal Bilimler Lisesi	3	0,4	ÜNİVERSİTEDEKİ YILI		
İmam Hatip Lisesi	5	0,7	1. yıl	119	15,9
TOPLAM	748	100	2. yıl	95	12,7
FAKÜLTEYE GELME DURUMU			3. yıl	184	24,6
Üniversite sınavını kazanarak	685	91,6	4. yıl	216	28,9
Yatay geçiş ile	9	1,2	5. yıl	105	14
Dikey geçiş ile	32	4,3	6. yıl	16	2,1
Başka bir üniversiteyi terk edip tekrar üniversite sınavını kazanarak	19	2,5	7. yıl	13	1,7
Af ile	3	0,4	TOPLAM	748	100
TOPLAM	748	100	BÖLÜMDE OKUMAKTAN MEMNUNİYET		
			Evet	467	62,4
Hayır			37,6		
TOPLAM	281		100		
	748				

Tablo 4'te, fakülte memnuniyet düzeyleri ile ilgili ölçeğe ait yanıtların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Buna göre öğrencilerin en çok memnun oldukları üç unsur, "Fakülte'deki derslerin belirtilen ders saatleri içinde işlendiğini düşünüyorum" (3,37), "Fakülte'deki derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğünü düşünüyorum" (3,27) ve "Fakülte'deki akademik kadronun kalitesinden memnunum" (3,22) ifadeleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerim en az memnun oldukları üç unsur ise, "Fakültede eğitim verilen binanın çekici olduğunu düşünüyorum" (1,93), "Fakültenin kütüphane hizmetleri yeterlidir" (1,94) ve "Fakültenin fiziksel ekipmanlarından (bilgisayar laboratuvarı, derslerde kullanılan araç ve gereçler, gibi) yeterince yararlandığımı düşünüyorum" (1,97) ifadeleri olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4. Fakülte Memnuniyet Düzeyleri Ölçeğinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

No	Soru İfadeleri	Ortalama	Standart Sapma
1	Genel olarak fakülteden memnunum.	2,52	1,07
2	Sınıflar donanım / teçhizat bakımından yeterlidir.	2,27	1,02
3	Bilgisayar laboratuvarı öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeydedir.	1,99	1,13
4	Ödevler / projeler derslerin amaçlarına uygun olarak verilmektedir.	3,01	1,01
5	Fakülteadaki akademik kadronun kalitesinden memnunum.*	<u>3,22</u>	<u>1,09</u>
6	Fakülteadaki öğrenci danışmanlık sisteminden memnunum.	2,56	1,16
7	Fakültenin kafesinde sunulan yemekler kalitelidir.	2,97	1,04
8	Fakülte ile ilgili tüm güncel haberleri üniversitenin internet sitesi tarafından takip edebiliyorum.	3,07	1,05
9	Fakültede eğitim aldığım öğretim elemanlarının, yeterli mesleki bilgi ve tecrübeye sahip olduğunu düşünüyorum.	3,33	1,04
10	Fakülte genelinde sunulan yiyecek ve içecek hizmetleri yeterlidir.	3,00	1,07
11	Fakülte ilgimi çeken sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlenmektedir.	2,11	1,11
12	<i>Fakültenin kütüphane hizmetleri yeterlidir.*</i>	<u>1,94</u>	<u>1,16</u>
13	Fakültede verilen eğitimin kaliteli olduğunu düşünüyorum.	3,03	1,06
14	Fakültede eğitim dışında spor aktivitelerine de önem verildiğini düşünüyorum.	2,32	1,20
15	Fakültede eğitimin dışında kültürel aktivitelere (tiyatro, sergi, konser, film gösterimi vb) de önem verildiğini düşünüyorum.	2,00	1,09
16	Fakültede eğitim dışında öğrencilerin gelişimine ilişkin faaliyetlere (konferanslar, seminerler, öğrenci kulüpleri gibi) önem verildiğini düşünüyorum.	2,63	1,09
17	Fakültenin kafeteryasında sunulan yemekler hijyeniktir.	3,10	0,92
18	Fakülteden mezun olduğumda kolaylıkla iş bulacağımı düşünüyorum	2,98	1,00
19	Fakültenin yemekhane olanakları yeterli düzeydedir.	2,99	1,11
20	Fakültenin kantin olanakları yeterli düzeydedir.	2,93	1,04
21	Fakültenin konumunun (yerinin) uygun (elverişli) olduğunu düşünüyorum.	2,46	1,34
22	Fakültenin toplu taşıma ulaşımına uygun bir yerde bulunduğunu düşünüyorum.	3,19	1,25

No	Soru İfadeleri	Ortalama	Standart Sapma
23	Fakülte logosunu dikkat çekici buluyorum.	2,90	1,02
24	Fakültenin kafeteryasında sunulan yemekler uygun fiyatlıdır.	3,01	1,25
25	Fakültenin web sitesinde ihtiyacım olan bilgiye rahatlıkla ulaşabiliyorum.	2,95	1,04
26	<i>Fakültede eğitim verilen binanın çekici olduğunu düşünüyorum.*</i>	<u>1,93</u>	<u>1,17</u>
27	<i>Fakültenin fiziksel ekipmanlarından (bilgisayar laboratuvarı, derslerde kullanılan araç ve gereçler, gibi) yeterince yararlandığımı düşünüyorum.*</i>	<u>1,98</u>	<u>1,06</u>
28	Fakültenin güvenliğinin yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.	2,88	1,11
29	Fakültedeki derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğünü düşünüyorum.*	<u>3,27</u>	<u>1,00</u>
30	Fakültedeki derslerin belirtilen ders saatleri içinde işlendiğini düşünüyorum.*	<u>3,37</u>	<u>1,03</u>
31	Fakültedeki öğretim üyelerinin öğrencilerle iletişimi yeterli düzeydedir.	2,92	1,09
32	Fakülte imajının yüksek olduğunu düşünüyorum.	2,97	1,11
33	Derslerle ilgili verilen proje / ödevlerin yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.	2,99	1,01
34	Fakültede yer alan derslerin günümüz koşullarına uygun olduğunu düşünüyorum.	3,14	1,02
35	Öğrenci işlerinde çalışan personelin öğrencilerle iletişimi yeterli düzeydedir.	2,48	1,18
36	Fakültenin genel temizliği yeterli düzeydedir.	2,66	1,15
37	Fakültenin WC olanakları yeterli düzeydedir.	2,25	1,20
38	Fakülte yönetiminin öğrencilerle iletişimi yeterli düzeydedir.	2,51	1,05
39	Dekanlığın öğrencilerle ilişkilerini samimi buluyorum.	2,67	1,16
40	Bölüm başkanlığının öğrencilerle ilişkileri yeterli düzeydedir.	2,59	1,10

(*) ile gösterilen ve koyu olarak yazılan değişkenler, ölçek içindeki en yüksek ortalamaya sahip üç değişkendir. Benzer şekilde italik olarak yazılan değişkenleri ise, ölçek içindeki en düşük ortalamaya sahip üç değişkeni ifade etmektedir.

Çalışmada memnuniyet ölçeğinin güvenilirliğinin ölçülmesi için Cronbach's Alpha analizinden yararlanılmıştır. Bu analiz, bir ölçek içindeki tüm değişkenlerin, aynı kavramı ölçmekte ne kadar başarılı olduğunu gösteren bir modeldir.²³ Memnuniyet ölçeğinin Cronbach's Alpha değeri 0,902 olarak tespit edilmiştir. Nunnally'e (1979) göre, 0,70'in üzerinde olan güvenilirlik değerlerinin güvenilir sayılabileceği belirtildiğinden, kullanılan ölçeğin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.²⁴

23 George, D. ve Mallery, P. *SPSS for Windows: A Simple Guide and Reference 10.0 Update*, 3. Edition, 2001, U.S.A., Allyn & Bacon Company, s.209.

24 Nunnally, J., *Psychometric Theory*, 1979, New York, McGrawHill, s.245

Çalışmada fakülte memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik 40 sorulu ölçeğe, faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinde faktör yükü 0,50'den düşük olan sorular ayıklanmış ve tüm soruların faktör yükleri 0,50'nin üzerinde olana kadar faktör analizi tekrarlanmıştır. Sonuçta 33 soru kalmış ve bu sorular toplam 9 faktör altında toplanmıştır. Faktör analizi'ne ait Kaiser Meyer Olkin (KMO) örnekleme yeterliliği istatistiği 0,886 olarak hesaplanmıştır, dolayısıyla örneklemin faktör analizi yapmak için yeterli düzeyde olduğu söylenebilir. Faktör analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Memnuniyet Ölçeğine ait Faktör Analizi Sonucu

Faktör Adı	Değişkenler	Faktör Ağırlığı	Faktör Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik (Cronbach Alfa değeri)
<i>F₁: Sosyal ve Kültürel Aktiviteler</i>	t15: Fakültede eğitimin dışında kültürel aktivitelere (tiyatro, sergi, konser, film gösterimi vb) de önem verildiğini düşünüyorum.	0,824		
	t14: Fakültede eğitim dışında spor aktivitelerine de önem verildiğini düşünüyorum.	0,784		
	t11:Fakülte ilgimi çeken sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlenmektedir.	0,752	22,448	0,843
	t12:Fakültenin kütüphane hizmetleri yeterlidir.	0,665		
	t16:Fakültede eğitim dışında öğrencilerin gelişimine ilişkin faaliyetlere (konferanslar, seminerler, öğrenci kulüpleri gibi) önem verildiğini düşünüyorum.	0,652		
<i>F₂: Yiyecek ve İçecek Hizmetleri</i>	t20:Fakültenin kantin olanakları yeterli düzeydedir.	0,783		
	t10:Fakülte genelinde sunulan yiyecek ve içecek hizmetleri yeterlidir.	0,763		
	t7:Fakültenin kafesinde sunulan yemekler kalitelidir.	0,745	10,845	0,824
	t19:Fakültenin yemekhane olanakları yeterli düzeydedir.	0,731		
	t17:Fakültenin kafeteryasında sunulan yemekler hijyeniktir.	0,666		
<i>F₃: Akademik Kadro</i>	t5:Fakültedeki akademik kadronun kalitesinden memnunum.	0,821		
	t9:Fakültede eğitim aldığım öğretim elemanlarının, yeterli mesleki bilgi ve tecrübeye sahip olduğunu düşünüyorum.	0,782	6,892	0,814
	t13:Fakültede verilen eğitimin kaliteli olduğunu düşünüyorum.	0,757		

	t2:Sınıflar donanım / teçhizat bakımından yeterlidir.	0,741		
	t3:Bilgisayar laboratuvarı öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeydedir.	0,691		
F₄: Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	t1:Genel olarak fakülteden memnunum.	0,592		
	t27:Fakültenin fiziksel ekipmanlarından (bilgisayar laboratuvarı, derslerde kullanılan araç ve gereçler, gibi) yeterince yararlandığımı düşünüyorum.	0,558	5,061	0,783
	t26:Fakültede eğitim verilen binanın çekici olduğunu düşünüyorum.	0,518		
	t29:Fakültedeki derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğünü düşünüyorum.	0,738		
F₅: Dersler ve Güvenlik	t30:Fakültedeki derslerin belirtilen ders saatleri içinde işlendiğini düşünüyorum.	0,702		
	t28:Fakültenin güvenliğinin yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.	0,593	4,310	0,716
	t33.Derslerle ilgili verilen proje / ödevlerin yeterli düzeyde olduğunu düşünüyorum.	0,591		
	t34:Fakültede yer alan derslerin günümüz koşullarına uygun olduğunu düşünüyorum.	0,504		
	t39:Dekanlığın öğrencilerle ilişkilerini samimi buluyorum.	0,827		
F₆: Fakülte Yönetimi	t40:Bölüm başkanlığının öğrencilerle ilişkileri yeterli düzeydedir.	0,741	4,120	0,762
	t38: Fakülte yönetiminin öğrencilerle iletişimi yeterli düzeydedir.	0,732		
F₇: Temizlik	t37: Fakültenin WC olanakları yeterli düzeydedir.	0,813		
	t36: Fakültenin genel temizliği yeterli düzeydedir.	0,798	3,970	0,772
	t22: Fakültenin toplu taşıma ulaşımına uygun bir yerde bulunduğunu düşünüyorum.	0,799		
F₈: Lokasyon	t21: Fakültenin konumunun (yerinin) uygun (elverişli) olduğunu düşünüyorum.	0,718	3,638	0,546
	t23: Fakülte logosunu dikkat çekici buluyorum.	0,518		
F₉: Web Sitesi	t25: Fakültenin web sitesinde ihtiyacım olan bilgiye rahatlıkla ulaşabiliyorum.	0,868		
	t8: Fakülte ile ilgili tüm güncel haberleri üniversitenin internet sitesi tarafından takip edebiliyorum.	0,843	3,126	0,759
	TOPLAM		64,410	
	Cronbach Alpha Değeri (Başlangıç Ölçeği: 40 değişken)			0,902
	Cronbach Alpha Değeri (Nihai Ölçek: 33 değişken)			0,886
	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği (33 değişken için)			0,874
	Bartlett Küresellik Testi		Ki-Kare	9392,461
	Sd.	528		
	Anlamlılık düzeyi	0,000		

Tablo 5'te görüldüğü gibi faktör analizi sonucunda dokuz faktör elde edilmiş ve faktörler “sosyal ve kültürel aktiviteler”, “yiyecek ve içecek hizmetleri”, “akademik kadro”, “fiziksel ekipmanlar ve altyapı”, “dersler ve güvenlik”, “fakülte yönetimi”, “temizlik”, “lokasyon” ve “web sitesi” olarak adlandırılmıştır. Belirtilen dokuz faktörün modeli açıklama oranı (toplam varyans) %64,410’tür.

Çalışmanın amacına uygun olarak her bir faktörün cevaplayıcıların demografik özelliklerine bağlı olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği, t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. Bilindiği gibi, sınıflı değişkenin oluşması durumunda bağımsız örnekler için t-testi uygulanırken; sınıflı değişkenin ikiden fazla olduğu durumlarda ise tek yönlü varyans analizi kullanılmaktadır.²⁵

Çalışma içinde uygulanan varyans analizinde karşılaştırılan grupların gözlem sayılarının otuzdan küçük olması, varyans analizinin bu varsayımını karşılamamasından ötürü, gruplardaki gözlem sayılarının birbirlerine yakın olması amaçlanmıştır. Böylelikle gruplardaki gözlem sayıları belirli kategorilerde sınıflandırılmıştır. Sonuç olarak çalışma içinde, varyans analizi belirtilen kategoriler arasında gerçekleştirilmiştir.²⁶

Cinsiyet Gruplarının Farklılığının Test Edilmesi: Yapılan bu testin amacı, faktör analizi sonucunda elde edilen dokuz faktöre ait ortalamalarda kadınlarla erkekler arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespit edilmesidir. Buna yönelik olarak geliştirilen hipotez:

H_c: Öğrenci *memnuniyet* düzeyleri faktörlerinde *cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.*

Tüm faktörler için bağımsız örnek t-testi uygulanmıştır. Yapılan testin sonuçları Tablo 6’da verilmiştir. Yapılan t-testi sonuçlarına göre, 0,05 anlamlılık düzeyinde faktör 3 için 0,048; faktör 4 için 0,048; faktör 5 için 0,040 ve faktör 7 için ise 0,000 olduğundan, belirtilen bu faktörler için cinsiyet grupları arasında anlamlı bir fark çıktığı görülmektedir. Ancak diğer faktörlerin, p değerlerinin 0,05 anlamlılık düzeyinin üstünde çıkması, bu faktörler açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığıdır. Dolayısıyla, faktör 3, faktör 4, faktör 5 ve faktör 7 için geliştirilen hipotezler kabul edilirken, diğer faktörler için geliştirilen hipotezler reddedilmiştir (Bknz: Tablo 13).

25 Durmuş, B. ve diğerleri, *Sosyal...a.g.k.*, s.117.

26 Durmuş, B. ve diğerleri, *Sosyal...a.g.k.*, s.132.

Tablo 6. Cinsiyet İçin Bağımsız T-Testi

Faktör İsimleri	Levene Testi		Varyans Eşitliği	T Testi	
	F	Sig.		T değeri	Sig.
F ₁ : Sosyal ve Kültürel Aktiviteler*	5,97	0,015*	yok	0,038 0,038	0,969 0,97
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	1,28	0,258	var	0,523 0,521	0,601 0,603
F ₃ : Akademik Kadro	3,354	0,067	var	1,982 1,97	0,048 0,049
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	2,121	0,145	var	-1,978 -1,97	0,048 0,049
F ₅ : Dersler ve Güvenlik	1,946	0,163	var	2,058 2,052	0,040 0,041
F ₆ : Fakülte Yönetimi*	4,463	0,035*	yok	0,796 0,789	0,426 0,431
F ₇ : Temizlik	2,384	0,123	var	-4,678 -4,651	0,000 0,000
F ₈ : Lokasyon	2,663	0,103	var	0,718 0,714	0,473 0,476
F ₉ : Web Sitesi*	7,921	0,005*	yok	1,687 1,666	0,092 0,096

(*) ile gösterilen ve koyu olarak yazılan faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten küçük olması varyanslarınhomojen dağılmadığını ifade etmektedir.

Yaş Gruplarının Farklılığının Test Edilmesi: Demografik özellikler içinde yer alan yaş gruplarındaki bazı yaşların, varyans analizinde karşılaştırılan grupların gözlem sayılarının otuzdan küçük olması (Bknz: Tablo 13) nedeniyle, grupların gözlem sayılarının birbirine yaklaştırılması gerekmektedir.²⁷ Bu yüzden 19 yaş ve altı olanlar bir grup olarak, 24 yaş ve üzeri olanlar da başka bir grup olarak iki farklı grup şeklinde oluşturulmuştur. Diğer yaş grupları Tablo 2'de belirtildiği şekilde kalmıştır. Böylelikle toplam altı farklı yaş grubu oluşturulmuştur. Faktörler açısından bu gruplar arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının tespiti için, tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır. Yaş grupları ile ilgili geliştirilen hipotez:

H_y: Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

²⁷ Durmuş, B. ve diğerleri, Sosyal...a.g.k, s.132.

Tablo 7. Yaş Grupları İçin Anova Analizi

Faktör İsimleri	F	Sig.
F ₁ : Sosyal ve Kültürel Aktiviteler	0,468	0,800
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	8,783	0,000
F ₃ : Akademik Kadro*	3,181	0,008
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	1,992	0,078
F ₅ : Dersler ve Güvenlik*	2,367	0,040
F ₆ : Fakülte Yönetimi	2,164	0,560
F ₇ : Temizlik	1,270	0,275
F ₈ : Lokasyon*	1,009	0,412
F ₉ : Web Sitesi	1,117	0,350

(*) ile gösterilen faktörlerin *p* değerlerinin 0,05'ten küçük olması grup varyanslarının homojen dağılmadığını ifade etmektedir. Belirtilen faktörlere Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır.

Yapılan anova analizi sonucunda, faktör 3, faktör 5 ve faktör 8 grup varyanslarının homojen olmadığı tespit edilmiştir. Bu yüzden tek yönlü varyans analizinin ön şartı sağlanmadığı için belirtilen faktör gruplarına Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır. Yapılan bu tüm testlerin sonuçlarına göre, 0,05 anlamlılık seviyesinde faktör 2, faktör 3 ve faktör 5 ile yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunurken, diğer faktörlerle yaş grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Sonuç olarak, faktör 2, faktör 3 ve faktör 5 için geliştirilen hipotezler kabul edilmiştir. Yaş grupları açısından geliştirilen diğer hipotezler ise reddedilmiştir (Bknz: Tablo 13). Ayrıca anlamlı fark çıkan faktörlerde, her bir yaş grubu için farklılıkların tam olarak hangi gruplar arasında olduğunun anlaşılabilmesi için Post Hoc Testleri uygulanmıştır. İlerleyen kısımlarda yapılan tüm Anova analizlerinde Post Hoc testleri uygulanmıştır.

Medeni Durum Gruplarının Farklılığının Test Edilmesi: Demografik özelliklerden medeni durum grupları incelendiğinde evli olan 7 kişi, bekâr olan 741 kişi olmasından ötürü, anlamlı bir karşılaştırma yapılamayacağı düşünülmüş ve farklılık testi yapılmamıştır.

Mezun Olunan Lise Türüne Göre Farklılığının Test Edilmesi: Mezun olunan lise türüne göre Anova analizinin uygulanabilmesi için, yeniden bir gruplandırma yapılması uygun görülmüştür. Böylelikle, mezun olunan liseler “Anadolu Lisesi”, “Genel (Düz) Lise”, “Özel (Kolej) Lise” ve “Diğer Liseler” olmak üzere dört grup altında toplanmıştır. Memnuniyeti etkileyen faktörlerde lise türleri açısından anlamlı bir fark bulunup bulunmadığı ile ilgili hipotez aşağıda verilmiştir:

H_{m_0} : Öğrenci memnuniyet düzeyleri *faktörleri ile mezun olunan lise türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.*

Tablo 8. Mezun Olunan Lise Türlerine Ait Anova Analizi

Faktör İsimleri	F	Sig.
F ₁ : Sosyal ve Kültürel Aktiviteler	0,083	0,969
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	1,36	0,254
F ₃ : Akademik Kadro	2,152	0,092
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	0,837	0,474
F ₅ : Dersler ve Güvenlik	0,989	0,397
F ₆ : Fakülte Yönetimi	4,655	0,003
F ₇ : Temizlik	7,027	0,000
F ₈ : Lokasyon*	0,249	0,862
F ₉ : Web Sitesi	0,078	0,972

(*) ile gösterilen faktörün p değerinin 0,05'ten küçük olması grup varyanslarının homojen dağılmadığını ifade etmektedir. Belirtilen faktöre Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır.

Tablo 8'de görüldüğü gibi, Lokasyon faktörünün varyans analizinin ön şartını sağlamadığı tespit edilmiş olup, faktör 8'e Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır. Tüm analiz sonuçlarına göre, 0,05 anlamlılık seviyesinde faktör 6 ve faktör 7 olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle, sadece belirtilen faktörlerin hipotezleri kabul edilmiştir (Bknz: Tablo 13).

Fakülteye Gelme Durumu Gruplarının Farklılığının Test Edilmesi: Bu grupların test edilebilmesi için yaş ve okunulan süre (yıl) gruplarına uygulanan durum söz konusudur. Buna göre, fakülteye “yatay geçiş ile” gelenler, “dikey geçiş ile” gelenler, “başka bir üniversiteyi terk edip tekrar üniversite sınavını kazanarak” gelenler ve “af ile” gelenler bir grupta toplanmıştır. Böylelikle fakülteye gelme grupları “üniversite sınavını kazananlar” ile “diğer şekilde gelenler” olarak iki grupta toplanmıştır. Geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir:

H_{fg} : Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde fakülteye gelme durumu grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Uygulanan T testi sonuçlarına göre, tüm faktörlerin 0,05 anlamlılık seviyesinin üzerinde çıkmasından ötürü, tüm faktörler ile fakülteye gelme durumu grupları arasında anlamlı bir farkın olmadığı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden, tüm faktörler için geliştirilen hipotezler reddedilmiştir (Bknz: Tablo12).

Okunulan Bölüme Göre Farklılığının Test Edilmesi: Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde “Türkçe İşletme”, “İngilizce İşletme” ve “Almanca İşletme” olmak üzere toplam üç bölüm bulunmaktadır. Bu üç bölüm açısından memnuniyete etki eden faktörlerde fark olup olmadığı ile ilgili hipotez aşağıda verilmiştir:

H_{ob} : Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde okunulan bölüm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Grup varyanslarının homojenlik testi olan Levene testi sonuçlarına göre, tüm faktörlerdeki p değerlerinin 0,05 anlamlılık seviyesinden büyük olduğu, böylelikle faktörlerdeki grupların homojen dağıldığı tespit edilmiştir. Tablo 9'da da görüldüğü şekilde, yapılan Anova analizi sonucunda 0,05 anlamlılık seviyesinin altında toplam altı faktör tespit edilirken, 0,05 anlamlılık seviyesinin üzerinde toplam üç faktör tespit edilmiştir. Böylelikle faktör 1, faktör 2, faktör 3, faktör 6, faktör 7 ve faktör 8 için geliştirilen hipotezler kabul edilirken, diğer faktörler için geliştirilen hipotezler reddedilmiştir (Bknz: Tablo 12).

Tablo 9. Okunulan Bölümlere Ait Anova Analizi

Faktör İsimleri	F	Sig.
F ₁ : Sosyal ve Kültürel Aktiviteler	8,404	0,000
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	7,773	0,000
F ₃ : Akademik Kadro	36,014	0,000
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	0,523	0,593
F ₅ : Dersler ve Güvenlik	1,392	0,249
F ₆ : Fakülte Yönetimi	3,853	0,022
F ₇ : Temizlik	13,825	0,000
F ₈ : Lokasyon	30,426	0,000
F ₉ : Web Sitesi	2,10	0,123

Okunulan Program Gruplarının Farklılığının Test Edilmesi: Faktör analizinden elde edilen dokuz faktöre verilen cevaplar ile okunulan program (I. Eğitim ve II. Eğitim) arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespiti için geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir:

H_{op} : Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde okunulan program grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotezlerin test edilmesi için tüm faktörlere bağımsız örnek T testi uygulanmış olup, bu testin sonuçları Tablo 10'da verilmiştir. T testi sonucuna göre, 0,005 anlamlılık düzeyinde faktör 1 için 0,004; faktör 3 için 0,000; faktör 6 için 0,044; faktör 7 için 0,008 ve faktör 8 için 0,001 olduğundan, belirtilen faktörler için okunulan bölüm grupları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiş ve bu faktörlere ait hipotezler kabul edilmiştir (Bknz: Tablo 13).

Tablo 10. Okunulan Program Grupları İçin Bağımsız T-Testi

Faktör İsimleri	Levene Testi		Varyans Eşitliği	T Testi	
	F	Sig.		T değeri	Sig.
F₁: Sosyal ve Kültürel Aktiviteler	0,003	0,953	var	2,912	0,004
				2,859	0,005
F₂: Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	0,248	0,619	var	1,816	0,07
				1,831	0,069
F₃: Akademik Kadro	3,319	0,069	var	-4,050	0,000
				-3,831	0,000
F₄: Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	0,017	0,898	var	1,555	0,12
				1,539	0,125
F₅: Dersler ve Güvenlik	0,143	0,705	var	0,571	0,568
				0,559	0,577
F₆: Fakülte Yönetimi	0,011	0,918	var	2,018	0,044
				2,059	0,041
F₇: Temizlik	1,049	0,306	var	-2,659	0,008
				-2,732	0,007
F₈: Lokasyon	4,754	0,030*	yok	-3,188	0,001
				-3,408	0,001
F₉: Web Sitesi	0,276	0,600	var	1,575	0,116
				1,619	0,107

(*) ile gösterilen ve koyu olarak yazılan faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten küçük olması varyansların homojen dağılmadığını ifade etmektedir.

Okunulan Süre (yıl) Farklılığının Test Edilmesi: Okunulan süreye bağlı olarak, faktörler açısından farklılık tespiti için, üniversitede 5 yıl ve üzeri süre geçirenler bir grupta toplanmıştır. Böylelikle toplam 5 farklı grup elde edilmiştir. Faktörler açısından bu gruplar arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığının tespiti için **aşağıdaki** hipotez geliştirilmiştir:

H_{os}: Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde okunulan süre (yıl) grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 11. Okunulan Süreye (Yıl) Ait Anova Analizi

Faktör İsimleri	F	Sig.
F ₁ : Sosyal ve Kültürel Aktiviteler	2,365	0,052
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	6,854	0,000
F ₃ : Akademik Kadro*	4,846	0,000
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	1,458	0,213
F ₅ : Dersler ve Güvenlik	1,122	0,345
F ₆ : Fakülte Yönetimi	1,815	0,124
F ₇ : Temizlik	1,069	0,372
F ₈ : Lokasyon*	2,688	0,030
F ₉ : Web Sitesi	0,833	0,505

(*) ile gösterilen faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten küçük olması grup varyanslarının homojen dağılmadığını ifade etmektedir. Belirtilen faktörlere Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır.

Yapılan analiz sonucunda faktör 3 ve faktör 8 grup varyanslarının homojen olmadığı ve varyans analizinin ön şartını sağlamadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle belirtilen gruplara Anova testinin alternatifi olan Welch testi uygulanmıştır. Tablo 11'e göre, 0,05 anlamlılık seviyesinin üstünde toplam 6 faktör görünmektedir. Sonuçta, faktör 2, faktör 3 ve faktör 8'e ait hipotezler kabul edilmiştir (Bknz: Tablo 13).

Bölüm Memnuniyeti Belirten Grupların Farklılığının Test Edilmesi: Öğrencilerin bölümlerinden memnun veya memnun olmadıklarını belirttikleri gruplar ile tüm faktörler arasında anlamlı bir fark olup olmadığının belirlenmesi geliştirilen hipotez aşağıda verilmiştir:

H_{bm}: Öğrenci memnuniyet düzeyleri faktörlerinde bölüm memnuniyeti belirten gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Geliştirilen hipoteze göre, tüm faktörlere ait hipotezlere T testi uygulanmıştır (Tablo 12). T testi sonuçlarına göre, 0,005 anlamlılık düzeyinde faktör 1 için 0,405; faktör 5 için 0,160; faktör 7 için 0,305; faktör 8 için 0,234 ile faktör 9 için 0,387 bulunmuştur. Belirtilen bu beş faktör ile bölüm memnuniyeti belirten gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Ancak diğer dört faktörün, p değerlerinin 0,005 anlamlılık seviyesinin altında olması, bu faktörler ile bölüm memnuniyeti belirten gruplar arasında anlamlı bir fark olduğudur. Buna göre, faktör 2, faktör 3, faktör 4 ve faktör 6 için geliştirilen hipotezler kabul edilmiştir (Bknz: Tablo 13).

Tablo 12. Bölüm Memnuniyeti Grupları İçin Bağımsız T-Testi

Faktör İsimleri	Levene Testi		T Testi		
	F	Sig.	Varyans Eşitliği	T değeri	Sig.
F ₁ : Kültürel Aktiviteler	0,19	0,663	var	-0,833	0,405
				-0,820	0,413
F ₂ : Yiyecek ve İçecek Hizmetleri	2,497	0,114	var	3,089	0,002
				3,030	0,003
F ₃ : Akademik Kadro	2,905	0,089	var	8,477	0,000
				8,341	0,000
F ₄ : Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı	0,679	0,41	var	3,861	0,000
				3,832	0,000
F ₅ : Dersler ve Güvenlik	5,901	0,015*	yok	2,412	0,160
				2,348	0,190
F ₆ : Fakülte Yönetimi	1,661	0,198	var	2,856	0,004
				2,905	0,004
F ₇ : Temizlik	0,351	0,554	var	-1,027	0,305
				-1,021	0,308
F ₈ : Lokasyon	0,065	0,799	var	1,192	0,234
				1,192	0,234
F ₉ : Web Sitesi	7,149	0,008*	yok	0,866	0,387
				0,834	0,405

(*) ile gösterilen ve koyu olarak yazılan faktörlerin p değerlerinin 0,05'ten küçük olması varyansların homojen dağılmadığını ifade etmektedir.

Sonuç olarak, yukarıda belirtilen tüm özellikler için geliştirilen hipotezlerin kabul veya red durumları Tablo 13'de özetlenmiştir.

Tablo 13. Araştırma Sorularına Ait Geliştirilen Hipotezlerin Sonuçları

Faktör isim-leri ve Hipotezler	Cinsi-yet	Yaş	Mezun Lise Durumu	Fakülteye Gelme Durumu	Okunulan Bölüm	Okunulan Program	Okunulan Süre (yıl)	Memnuniyet Durumu	TOPLAM
<i>F₁: Sosyal ve Kültürel Aktiviteler</i>	H _{c1} : Red	H _{y1} : Red	H _{mo1} : Red	H _{fg1} : Red	H _{ob1} : Kabul	H _{op1} : Kabul	H _{os1} : Red	H _{md1} : Red	KABUL: 2 RED: 6
<i>F₂: Yiyecek ve İçecek Hizmetleri</i>	H _{c2} : Red	H _{y2} : Kabul	H _{mo2} : Red	H _{fg2} : Red	H _{ob2} : Kabul	H _{op2} : Red	H _{os2} : Kabul	H _{md2} : Kabul	KABUL: 4 RED: 4
<i>F₃: Akademik Kadro</i>	H _{c3} : Kabul	H _{y3} : Kabul	H _{mo3} : Red	H _{fg3} : Red	H _{ob3} : Kabul	H _{op3} : Kabul	H _{os3} : Kabul	H _{md3} : Kabul	KABUL: 6 RED: 2
<i>F₄: Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı</i>	H _{c4} : Kabul	H _{y4} : Red	H _{mo4} : Red	H _{fg4} : Red	H _{ob4} : Red	H _{op4} : Red	H _{os4} : Red	H _{md4} : Kabul	KABUL: 2 RED: 6
<i>F₅: Dersler ve Güvenlik</i>	H _{c5} : Kabul	H _{y5} : Kabul	H _{mo5} : Red	H _{fg5} : Red	H _{ob5} : Red	H _{op5} : Red	H _{os5} : Red	H _{md5} : Red	KABUL: 2 RED: 6
<i>F₆: Fakülte Yönetimi</i>	H _{c6} : Red	H _{y6} : Red	H _{mo6} : Kabul	H _{fg6} : Red	H _{ob6} : Kabul	H _{op6} : Kabul	H _{os6} : Red	H _{md6} : Kabul	KABUL: 4 RED: 4
<i>F₇: Temizlik</i>	H _{c7} : Kabul	H _{y7} : Red	H _{mo7} : Kabul	H _{fg7} : Red	H _{ob7} : Kabul	H _{op7} : Kabul	H _{os7} : Red	H _{md7} : Red	KABUL: 4 RED: 4
<i>F₈: Lokasyon</i>	H _{c8} : Red	H _{y8} : Red	H _{mo8} : Red	H _{fg8} : Red	H _{ob8} : Kabul	H _{op8} : Kabul	H _{os8} : Kabul	H _{md8} : Red	KABUL: 3 RED: 4
<i>F₉: Web Sitesi</i>	H _{c9} : Red	H _{y9} : Red	H _{mo9} : Red	H _{fg9} : Red	H _{ob9} : Red	H _{op9} : Red	H _{os9} : Red	H _{md9} : Red	KABUL: 0 RED: 6
TOPLAM	KA-BUL: 4 RED: 5	KA-BUL: 3 RED: 6	KA-BUL: 2 RED: 7	KABUL: 0 RED: 9	KA-BUL: 6 RED: 3	KABUL: 5 RED: 4	KA-BUL: 3 RED: 6	KABUL: 4 RED: 5	

Tablo 13'e göre, "sosyal ve kültürel aktiviteler" faktörüne ait geliştirilen iki hipotez kabul edilirken, "yiyecek ve içecek hizmetleri" faktörünün dört hipotezi; "akademik kadro" faktörünün altı hipotezi; "fiziksel ekipmanlar ve altyapı" faktörünün iki hipotezi; "dersler ve güvenlik" faktörünün iki hipotezi; "fakülte yönetimi" faktörünün dört hipotezi; "temizlik" faktörünün dört hipotezi ve "lokasyon" faktörünün ise **üç** hipotezi kabul edilmiştir. Diğer taraftan, "web sitesi" faktörü ile ilgili geliştirilen tüm hipotezler reddedilmiştir.

Çalışmada ayrıca, "genel olarak fakülteden memnunun" ifadesine memnuniyete etki eden faktörlerin ne derecede etki ettikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun için "genel olarak fakülteden memnunun" ifadesi faktör analizinden çıkartılmış ve faktör analizi tekrarlanmıştır. Faktör analizi sonucunda tüm faktörlerin aynı şekilde korunduğu tespit edilmiştir. Böylelikle, faktör analizi sonucunda elde edilen dokuz faktör bağımsız değişken olarak, genel memnuniyet

ile ilgili soru bağımlı değişken olarak regresyon analizine tabi tutulmuştur. Tablo 14'de de görüldüğü gibi, oluşan regresyon modelinde bağımlı değişkenin bağımsız değişken ile ilişkisinin 0,535 olduğu, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki değişimin ise % 27,7'sini açıklayabildiği görülmektedir.

Tablo 14. Regresyon Modeli Özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Standart Hata Oranı
1	0,535	0,286	0,277	0,90839

Bağımsız Değişkenler: (Sabit), Tüm Faktörler

Bağımlı Değişken: Memnuniyet

Tablo 15'e göre regresyon modelinin anlamlılık seviyesi 0,000'dır. Böylece modelin anlamlı olduğu, bağımlı değişkeninin bağımsız değişkenlerle tahmin edilmesinin istatistiksel olarak mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 15. Regresyon Analizi ANOVA Tablosu

Model		Karelerin- Toplamı	sd	Ortalama- Kare	F	Anlamlılık
1	Regresyon	243,757	9	27,084	32,822	0,000
	Kalıntı	608,981	738	,825		
	Toplam	852,738	747			

Bağımsız Değişkenler: (Sabit), Tüm Faktörler

Bağımlı Değişken: Memnuniyet

Tablo 16'te, genel memnuniyete etki eden faktörlere ait regresyon katsayıları verilmiştir. Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı olup olmadığını **sınamak amacıyla çoklu bağıntı analizi yapılmış**, VIF değerleri 1,695 ile 1,159 arasında olduğundan, bağımsız faktörler arasında çoklu bağıntı olmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 16. Regresyon Analizi Sonucu

Model		Standardize	Standardize	T Değeri	Anlamlılık	VIF Değeri
		Olmayan Katsayılar	Olmuş Katsayılar			
		B	Beta			
1	(Sabit)	-,099		-,506	,613	
	Sosyal ve Kültürel Aktiviteler		,067	1,660	,097	1,695
	Yiyecek ve İçecek Hizmetleri		,105*	2,980	,003	1,282
	Akademik Kadro		,245*	6,689	,000	1,386
	Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı		,321*	7,586	,000	1,848
	Dersler ve Güvenlik		,012	,313	,755	1,532
	FakülteYönetimi		,035	,972	,332	1,350
	Temizlik		-,066	-1,874	,061	1,268
	Lokasyon		,077*	2,268	,024	1,182
	Web Sitesi		,003	,088	,930	1,159

Bağımlı Değişken: Memnuniyet

* p<0,05

Tablo 16'da da görüldüğü gibi, regresyon analizi sonucunda memnuniyete istatistiksel olarak anlamlı etki eden faktörler, standardize olmuş Beta katsayıları dikkate alınarak, **aşağıdaki** gibi ifade edilebilir:

Memnuniyet = - 0,99 + 0,321 (Fiziksel Ekipmanlar ve Altyapı) + 0,245 (Akademik Kadro) + 0,105 (Yiyecek ve İçecek Hizmetleri) + 0,077 (Lokasyon)

Regresyon analizi sonucundan da anlaşılacağı gibi, memnuniyeti en fazla etkileyen faktörler sırasıyla "fiziksel ekipmanlar ve altyapı", "akademik kadro", "yiyecek ve içecek hizmetleri" ve "lokasyon"dur.

6. Bulguların Değerlendirilmesi ve Sonuç

Bu araştırmanın temel amacı, Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin fakülte memnuniyet düzeylerinin belirlenmesidir. Çalışmanın diğer amacı ise, fakülte memnuniyet algılamalarının öğrenciler arasında farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir. Çalışmada ayrıca, genel olarak fakülteden memnuniyete etki eden faktörlerin etki dereceleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında, örnekleme oluşturan öğrencilerin %53,7'sinin kadın, en fazla 20 ile 23 yaş içinde ve %99,1'inin bekâr olduğu görülmektedir. Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%55,2) Anadolu Lisesi'nden mezun olduğu görülmektedir. Tespit edilen bir diğer demografik özellik, örnekleme yer alan öğrencilerin yaklaşık %91,6'sının üniversite sınavını kazanarak fakülteye gelmiş olmaları ve %80,7'sinin örgün eğitimde, %19,3'nün ise ikinci eğitimde öğrenimlerine devam ettiğidir. Araştırmaya katılan öğrencilerin ayrıca %62,4'ünün doğrudan sorulduğunda, kendi bölümlerinde okumaktan memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Memnuniyet ile ilgili ifadelerle katılım dereceleri dikkate alındığında, araştırmaya katılan öğrencilerin fakülteden en çok memnun oldukları üç ifade sırasıyla “*fakültede yürütülen derslerin belirtilen ders saatleri içinde işleniyor olması*”, “*fakültede yer alan derslerin düzenli bir şekilde yürütüldüğü*” ve “*fakültenin akademik kadro kalitesi*” dir. Bu durum hem fakülte yönetiminin hem de fakülte içinde görev yapan öğretim üyelerinin sorumluluklarını yerine getirdikleri ve çalışma saatlerine riayet ettiklerine işaret ettiği söylenebilir. Katılımcıların memnuniyetle ilgilenen az katıldıkları üç ifade ise, “*fakültede eğitim verilen binanın çekici olması*”, “*fakülte kütüphane hizmetlerinin yeterli düzeyde olması*” ve “*fakültenin fiziksel ekipmanlarından (bilgisayar laboratuvarı, derslerde kullanılan araç ve gereçler gibi) öğrencilerin yeterince yararlanmadığı*”dır. Buradan hareketle, öğrencilerin genel olarak fakültenin alt yapısından memnun kalmadıkları sonucuna varılabilir. Bunun sebebi fakültenin şehrin kalabalık bir ilçesinde (Bahçelievler), mahalle arasında olup, tam olarak kampüs sayılabilecek bir ortama sahip olmaması olabilir. Bu durum, üniversitenin ana kütüphanesinin Göztepe kampüsü içinde yer almasından dolayı öğrencilerin kütüphane imkânlarından çok fazla yararlanamadığını düşündürülebilir. Ayrıca İşletme Fakültesi'nde bilgisayar laboratuvarı bulunmasına rağmen öğrencilerin bu unsurdan memnuniyetsizlik belirtiyor olmaları, bilgisayar laboratuvarının yetersiz geliyor olabileceğini düşündürmektedir.

Öğrencilerin fakülteyle ilgili memnuniyetlerine etki eden ifadelerin, araştırma sonucunda “*sosyal ve kültürel aktiviteler*”, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*”, “*akademik kadro*”, “*fiziksel ekipmanlar ve altyapı*”, “*dersler ve güvenlik*”, “*fakülte yönetimi*”, “*temizlik*”, “*lokasyon*” ve “*web sitesi*” olmak üzere dokuz faktör altında toplandığı görülmüştür.

Araştırmanın yan amacı doğrultusunda, öğrencilerin demografik özellikleri, lise ve üniversite öğrenim özellikleri ile memnuniyetlerine etki eden faktörler arasında istatistiksel olarak anlamlı farkların olup olmadığına bakılmıştır. Cinsiyet açısından bakıldığında, “*akademik kadro*”, “*fiziksel*

ekipmanlar ve altyapı”, “*dersler ve güvenlik*” ile “*temizlik*” faktörlerinde kadın ve erkekler arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup, kadınların “*akademik kadro*” ve “*dersler ve güvenlik*” bakımından erkeklerden daha fazla memnun oldukları, erkeklerin ise “*fiziksel ekipmanlar ve alt yapı*” ile “*temizlik*” faktörlerinde kadınlara oranla daha memnun oldukları tespit edilmiştir.

Yaş gruplarına bağlı olarak, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*”, “*akademik kadro*” ve “*dersler ve güvenlik*” faktörlerinde farklılıklar bulunduğu ortaya çıkmıştır. “*Yiyecek ve içecek hizmetleri*” faktöründe 23 yaşındakiler ile 19 yaş ve altındakiler, 20 yaşındakiler ve 21 yaşındakiler arasında anlamlı bir fark çıkmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre üzere, daha genç yaşta olan öğrencilerin akademik kadro ve derslerden, daha yaşlı öğrencilere nazaran daha memnun oldukları anlaşılmaktadır. Bunun sebeplerinden biri, öğrencilerin fakültede öğrenim gördükleri ilk yıllarda işletme bilgisi ile ilk defa karşılaşılıyor olmaları, dolayısıyla daha fazla yeni bilgi edinmeleri, ancak ilerleyen yıllarda önceden gördükleri konuların detaylı inceleniyor olması olabilir. Ayrıca bazı öğrencilerin son sınıflarda tam zamanlı veya yarı zamanlı olarak çalışmaya başladıkları bilinen bir gerçektir. Dolayısıyla çalışan öğrenciler akademik kadrodan ve derslerden yeterince verim alamadıklarını düşünüyor olabilirler. Bu çalışmada çalışma durumu ve memnuniyet arasındaki ilişki incelenmemiştir ancak ikisi arasında bir ilişki olabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple ileride yapılacak araştırmalarda bu durumun da incelenmesi faydalı olabilir.

Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin mezun oldukları lise türlerine bağlı olarak, sadece “*fakülte yönetimi*” ile “*temizlik*” faktörleri açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre Anadolu Liseleri’nden mezun olanların Genel (Düz) Liselerden mezun olanlara kıyasla “*fakülte yönetimi*”nden oldukça memnun oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, Özel (Kolej) Liseler’den mezun olanların diğer tüm lise mezunlarına kıyasla “*temizlik*” faktöründen daha az memnun oldukları tespit edilmiştir. Özel liselerden gelen öğrencilerin devlet üniversitesinin temizliğinden memnun olmaması anlaşılır bir durumdur.

Araştırmaya katılan öğrencilerin fakülteye doğrudan üniversite sınav sonucuna göre veya yatay/dikey/af gibi daha sonra girme durumlarına bağlı olarak memnuniyeti etkileyen faktörler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Çalışmada elde edilen bir diğer bulgu ise, Türkçe İşletme, İngilizce İşletme ve Almanca İşletme bölümlerinde öğrenim gören öğrenciler arasında “*sosyal ve kültürel aktiviteler*”, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*”, “*akademik kadro*”, “*fakülte yönetimi*”, “*temizlik*” ve “*lokasyon*” faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğu tespit edilmiştir. “*Yiyecek ve içecek hizmetleri*” faktörü için tüm bölümlerde okuyan öğrenciler arasında farklılık tespit edilirken, Türkçe İşletme bölümünde okuyan öğrencilerin, diğer bölümlerde okuyan öğrencilere kıyasla bu faktörden daha az memnun oldukları bulunmuştur. Bunun sebebi, özellikle Türkçe İşletme bölümünde kantin ve yemekhane olanaklarının diğer bölümlere oranla daha kısıtlı olması olabilir. “*Akademik kadro*” faktörü için ise, tüm bölümlerde okuyan öğrenciler arasında fark olduğu, Türkçe İşletme bölümünde okuyan öğrencilerin akademik kadrodan en fazla memnun olan öğrenci grubu olduğu, Almanca İşletme’de okuyan öğrencilerin ise akademik kadrodan en az memnun olan öğrenci grubu olduğu tespit

edilmiştir. “*Fakülte yönetimi*” faktöründe ise, Türkçe İşletme Bölümü’nde okuyan öğrencilerin Almanca İşletme Bölümü’nde okuyanlara göre daha az memnun oldukları sonucuna varılmıştır. “*Temizlik*” faktörü için, tüm bölümlerde okuyan öğrencilerde anlamlı farklılıklar çıkarken, bu faktörden en fazla memnun olan bölüm Türkçe İşletme iken, en az memnun olan bölüm İngilizce İşletme’dir. “*Lokasyon*” faktöründe ise, tüm bölümler arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Bu faktör açısından, en fazla memnun olan bölüm Almanca İşletme iken, en az memnun olan bölüm Türkçe İşletme Bölümü’dür. Bunun sebebi, araştırma için veri toplandığı dönemde Almanca İşletme Bölümü’nün yerleşkesinin Anadolu Hisarı’nda bulunuyor olması, dolayısıyla İstanbul Boğazı’na ve deniz kıyısına çok yakın olması olabilir (Almanca İşletme Bölümü günümüzde Bahçelievler yerleşkesinde bulunmaktadır).

Araştırmada, İşletme Fakültesi bünyesinde örgün eğitim gören öğrenciler ile ikinci eğitim gören öğrenciler arasında anlamlı bir fark olup olmadığının tespit edilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin örgün veya ikinci eğitimde okumaları durumuna bağlı olarak “*sosyal ve kültürel aktiviteler*”, “*akademik kadro*”, “*fakülte yönetimi*”, “*temizlik*” ve “*lokasyon*” faktörlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu sonuçlara göre, örgün eğitim gören öğrencilerin “*sosyal ve kültürel aktiviteler*” ile “*fakülte yönetimi*” faktörlerinden daha fazla memnun oldukları görülürken, ikinci öğretimde okuyan öğrencilerin “*akademik kadro*”, “*temizlik*” ve “*lokasyon*” faktörlerinden daha fazla memnun oldukları anlaşılmaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin İşletme Fakültesi’nde okudukları süre göz önüne alındığında, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*”, “*akademik kadro*” ve “*lokasyon*” faktörleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur. Yapılan testler sonucunda, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*” faktöründe, fakültede 5. yıl ve sonrası okuyan öğrenciler ile, fakültede 1., 2.ve 3. yıllarını geçiren öğrenciler arasında anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Bu faktörden okulda 3. yılını geçiren öğrencilerin en fazla memnun oldukları tespit edilirken, 5. yıl ve sonrası okulda okuyan öğrenciler en az memnuniyeti ifade etmişlerdir. “*Akademik kadro*” faktöründe ise memnuniyet seviyeleri en fazla olan öğrenciler 4. yılını geçirenler iken, memnuniyet seviyesi en az olanlar ise, fakültede 5. yıl ve sonrasını geçiren öğrenciler olarak bulunmuştur. Son olarak, “*lokasyon*” faktöründe, fakültede 1. yıl ile 2. yılını geçiren öğrenciler arasında fark bulunmuş olup, fakültede ilk yılını geçiren öğrencilerin bu faktörden daha fazla memnun oldukları ortaya çıkmıştır.

Araştırmada, öğrencilerin genel olarak fakülteden memnun olup olmadıklarına bağlı olarak faktörler arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakılmış ve “*yiyecek ve içecek hizmetleri*”, “*akademik kadro*”, “*fiziksel ekipmanlar ve altyapı*” ile “*fakülte yönetimi*” faktörleri açısından farklılıkların olduğu, belirtilen faktörlerden öğrencilerin çok daha fazla memnun olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırmada son olarak, genel olarak fakülteden memnun olma durumuna etki eden faktörlerin etki dereceleri regresyon analiziyle tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu analiz sonucuna göre, öğrencilerin genel olarak fakülteden memnun olma durumlarına en fazla etki eden faktörler sırasıyla “*fiziksel ekipmanlar ve altyapı*”, “*akademik kadro*”, “*yiyecek ve içecek hizmetleri*” ve

“lokasyon” olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı analizde, “sosyal ve kültürel aktiviteler”, “dersler ve güvenlik”, “fakülte yönetimi”, “temizlik” ve “web sitesi” faktörlerinin memnuniyet üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olmadığı ortaya çıkmıştır.

Çalışma, öğrencilerin öğrenim gördükleri fakülteden memnuniyetlerine en fazla etki eden faktörleri tespit etmiş olduğundan, fakülte yöneticilerine hangi alanlara kaynak tahsisi yapabilecekleri yönünde yol göstermektedir. Öğrencilerin memnuniyetlerine en fazla etki eden faktörlerin fiziksel ekipmanlar ve altyapı, akademik kadro, yiyecek ve içecek hizmetleri ve lokasyon olması, fakülte yöneticilerinin bu konulara odaklanması gerektiğine işaret etmektedir. Öğrencilerin bilgili ve kaliteli öğretim üyelerinden, altyapısı kaliteli olan bir fakültede, lokasyonu uygun olan bir fakültede okumak istedikleri ve temel ihtiyaçlarından yiyecek/içecek ihtiyaçlarını karşılayacak hizmetler bekledikleri anlaşılmaktadır. Fakültenin bu unsurlarda daha kaliteli hizmetler sunması, öğrencilerin memnuniyetleri üzerinde önemli artışlar sağlayabilir.

Araştırma sonuçlarında öğrencilerin demografik özelliklerine bağlı olarak memnuniyete etki eden faktörlerde farklılıklar tespit edilmiştir. Bu sebeple fakülte yönetiminin farklı demografik özelliklere sahip öğrencilerin beklentilerini öğrenmesi ve mümkün olduğunca karşılamaya çalışması farklı demografik özelliklere sahip olan öğrencilerin tümünün memnuniyet derecelerini arttıracaktır. Bu da, ileride fakülteye talep gösterecek ve mezun olacak öğrenciler açısından bir rekabet avantajı sağlayabilir. Öğrencilerin memnuniyet seviyeleri arttıkça fakülteye daha fazla talep göstermelerine, bu durumda üniversite giriş sınavlarında daha yüksek puanla fakülteye girmelerini gerektirebilir. Bilgi seviyesi yüksek, çalışkan ve başarılı öğrencilerin fakülteyi tercih etmeleri akademik kadroda ve/veya derslerin kalitesinde olumlu etki yaratabilir. Aynı zamanda altyapı sorunlarının giderilmesi için daha fazla baskı oluşturabilir ve genel olarak fakültenin kalitesini arttırabilir. Böylelikle, belirtilen fakülteden mezun olanlar, Türkiye’de diğer üniversitelerin benzer program mezunlarından farklılaşabilir. Sonuçta, işletmeler daha kaliteli fakültelerden daha iyi eğitim görmüş mezunları işe almak isteyebilir. Benzer bir şekilde mezunlar da kendileri için iyi bir gelecek kurabilme olanağı elde edebilirler.

Kaynakça

- BİNBAŞIOĞLU, H, “Yükseköğretimde Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanması: Bir Pilot Araştırma”, **Uluslararası Yüksek Öğretim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar**, Cilt:3, Bölüm:16, 27-29 Mayıs 2011, İstanbul, s.2465-2474
- DE SHIELDS JR, O.W., Kara, A. ve Kaynak, E. “Determinants of Business Student Satisfaction and Retention in Higher Education: Applying Herzberg’s Two-Factor Theory”, **International Journal of Educational Management**, Vol:19, No:2, 2005, s.128-139.
- DURMUŞ, B., Yurtkoru, E.S. ve Çinko, M. **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, 2. Baskı, İstanbul, 2008, Beta Yayınları.
- EROĞLU, E. “Sürekli Kalite İyileştirme İlkelerinin Temel Eğitimde Uygulanması”, IV. Ulusal sınıf Öğretmenliği Sempozyumu, 15-16 Ekim 1998 Pamukkale Üniversitesi-Denizli, **Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı:7(özel sayı), 2000, s.167-174.
- GAVCAR, E., Bulut, Z.A. ve Karabulut, A. N., “Öğrencilerin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini Tercih Nedenleri ve Beklentileri (Muğla Üniversitesi Örneği)”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl:4, Sayı:7, 2005, Bahar, s.21-39.
- Gazi Üniversitesi Akademik Değerlendirme ve Kalite Geliştirme Kurulu, **2011-2012 Memnuniyet Araştırma Raporu**, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- GEGEZ, E. **Pazarlama Araştırmaları**, 3. Baskı, İstanbul, 2010, Beta Yayınevi.
- GEORGE, D. ve P. Mallery, **SPSS for Windows: A Simple Guide and Reference 10.0 Update**, 3. Edition, 2001, U.S.A., Allyn& Bacon Company.
- GRAHAM, G. “Why it is Customer Loyalty That Counts (and How to Measure it)”, **Managing Service Quality**, Vol:5, No:1, 1995, s.15-19.
- GRAY, B.J., Fom, K.S. ve Violeta A.L. “Branding Universities in Asian Markets”, **Journal of Product and Brands Management**. Vol.12, No.2/3, 2003, ss.108–120.
- GÜLCAN, Y., Kuştepe Y. ve Aldemir, C. “Yüksek Öğretimde Öğrenci Doymu: Kuramsal Bir Çerçeve ve Görgül Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt:7, Sayı:1, 2002, s.99-114.
- JUDSON, K. M., Jeffery D.J. ve Aurand T.W. “Marketing the University to Student-Athletes: Understanding University Selection Criteria”, **Journal of Marketing for Higher Education**. Vol.14, No.1, 2004, s.23-40.
- HUSSAIN, N. ve Bhamani S., “Development of The Student Satisfaction Scale: Reliability and Validity”, **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business**, Vol:4, No:3, 2012, s.332-341.
- KARAFAKIOĞLU, M, **Pazarlama İlkeleri**, İstanbul, 2005, Literatür Yayınları.
- NUNNALLY, J., **Psychometric Theory**, 1979, New York, Mc Graw Hill.
- OKUMUŞ, A. ve Duygun, A. “Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:8, No:2, 2008, s.17-38.
- OLIVER, R. L. “Whence Consumer Loyalty?”, **Journal of Marketing**, Vol:63 (Special Issue), 1999, s.33-44
- SÖKMEN, A, “Öğrenci Memnuniyetine Yönelik Ankaradaki Bir Meslek Yüksek Okulunda Araştırma”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, No:3/4, 2011, s.66-79.
- ŞAHİN, A. E. “Eğitim Fakültesinde Hizmet Kalitesinin Eğitim Fakültesi Öğrenci Memnuniyet Ölçeği (EF-ÖMÖ) İle Değerlendirilmesi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, No:37, 2009, s.106-122.
- ŞAHİN, İ., Zoroğlu, Y. R. ve Fırat, N. C. “Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Amaçları, Eğitsel Hedefleri, Üniversite Öğreniminden Beklentileri ve Memnuniyet Durumları”, **Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi**, Cilt:17, Sayı:3, 2011, s.429-452.
- TAŞKIN, E. ve Büyük, K. “Hizmet Pazarlaması Açısından Eğitim Hizmetlerinde Kalite (Kütahya’daki Özel

- Dershane Öğrencileri ile İlgili Bir Saha Araştırması), **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:7, 2002, Aralık, s.203-224.
- ULUSOY, H., Arslan Ç., Öztürk N. ve Bekar M. “Hemşirelik Öğrencilerinin Eğitimleriyle İlgili Memnuniyet Düzeylerinin Saptanması”, **Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanat Dergisi**, Cilt:3, Sayı:2, 2010, s.15-24.
- QUINN, A., Lemay G., Lersan P. ve Johnson D. M., “Service Quality in Higher Education”, **Total Quality Management**, Vol:20, No:2, February, 2009, s.139-152.
- www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 04.09.2013)
- YALÇIN, F. A., Arslan, F.M., Tektaş, N. İşgören, N.Ç. ve diğerleri, “Positioning of Campuses in Terms of Satisfaction: A Research on Marmara University”, **European Journal of Research on Education**, Special Issue, 2013, s.47-53.
- YAVUZALP, A. “Eğitim Pazarlamasında Konumlandırma: İstanbul’daki Üniversitelerin Dershane Öğrencileri Tarafından Algılanmasına İlişkin Bir Araştırma”, İstanbul, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

