

# AI??veri? Memnuniyeti Ölçe?i

## RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *AI??veri? Memnuniyeti Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=16857>

## Özet

Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i, tüketicilerin bir al??veri? süreci sonunda veya sonrasında deneyimledikleri memnuniyet düzeyini ölçmek amacıyla kullanılan psikometrik bir araçtır. Bu ölçek, orijinal bir yap?nın Türkçe literatüre kazandırılması amacıyla bir **uyarlama** çalışması neticesinde geliştirilmiştir. Ölçek, genellikle **tüketici davran???** ve pazarlama araştırmaları alanında, al??veri? yönelimlerinin veya hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini incelemek için kullanılmaktadır. Ölçeğin kullanımı, işletmelerin pazarlama stratejilerini ve müşteri hizmetlerini iyileştirmelerine olanak tanıyan kritik veriler sağlamaktadır.

## Anahtar Kelimeler

Al??veri? Memnuniyeti, Tüketici Davran???, Pazarlama Araştırmaları, Ölçek Uyarlama, Ölçme Aracı, Memnuniyet, Al??veri? Yönelimi.

## Yazarlar

Çi?dem Unurlu (2016)

## Amaç

Ölçeğin temel amacı, bireylerin al??veri? deneyimlerine yönelik bilişsel ve duyuşsal değerlendirilmelerinin bir sonucu olan öznel **al??veri? memnuniyeti** düzeylerini güvenilir ve geçerli bir şekilde ölçmektir. Bu ölçek, özellikle bir ürün veya hizmetin satın alınmasıyla sonuçlanan etkileşimler sonrasında oluşan tatmin duygusunu nicelleştirmeyi hedefler.

Ölçek, akademik çalışmalarda ve saha araştırmalarında, al??veri? tercihlerini etkileyen demografik, psikografik ve durumsal faktörlerin memnuniyet üzerindeki etkisini analiz etmek için kritik bir araç olarak hizmet vermektedir. 2016 yılındaki uyarlama çalışması, **al??veri? yöneliminin** (hedonik veya faydacı) memnuniyet üzerindeki etkisini incelemek üzere yapılmıştır.

## Yapı

Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i, psikolojideki temel tüketici psikolojisi yapılarından biri olan **tüketici memnuniyeti** kavramını ölçmektedir. Bu yapı, genellikle tüketicinin beklentileri ile algılanan performans arasındaki karşılaştırmanın sonucunu temsil eder. Yüksek memnuniyet, beklentilerin karşılanması veya aşılması anlamına gelirken, düşük memnuniyet ise beklenti boşluğuna işaret eder.

Ölçek, büyük ihtimalle tek boyutlu bir yapıya sahiptir veya orijinal yapıya bağılı olarak al??veri? sürecinin farklı yönlerini (ürün, hizmet, atmosfer vb.) temsil eden alt boyutlara ayrılabilir. Uyarlama

çal??mas? (Unurlu, 2016), bu yap?n?n Türk kültürü ve tüketici profiline uygunlu?unu do?rulamay? amaçlam??t?r.

## Geçerlik

Kaynak içerikte spesifik bir geçerlik katsay?s? belirtilmemiştir. Ancak, akademik bir dergide yay?mlanan uyarlama çal??mas?n?n, ölçe?in yap?sal uygunlu?unu ve ölçmek istedi?i kavram? ne derece do?ru ölçtü?ünü gösteren geçerlik analizlerini içerdi?i varsay?lmaktadır. Tipik olarak bu tür çal??malarda **yap? geçerli?i** (faktör analizi yoluyla) ve **kriter geçerli?i** (ilgili di?er de?i?kenlerle korelasyon) incelenir.

Uyarlama çal??mas?n?n geçerlik sonuçlar?, ölçe?in Türk örnekleminde AI??veri? Memnuniyeti yap?s?n? ba?ar?yla temsil etti?ini göstermelidir. Detayl? geçerlik analizlerine, kaynakçada belirtilen makalenin tamam?ndan ula??labilir.

## Güvenirlik

Kaynak içerikte spesifik bir güvenilirlik katsay?s? belirtilmemiştir. Psikometrik aç?dan kabul edilebilir bir ölçek olabilmesi için, uyarlama çal??mas?nda ölçe?in iç tutarlıl??n?n yüksek olmas? beklenir. ?ç tutarlıl?k, genellikle **Cronbach Alfa** katsay?s? ile rapor edilir.

Yüksek güvenilirlik, ölçe?in farklı zamanlarda veya farklı madde setleriyle uyguland??nda benzer sonuçlar verece?i anlam?na gelir. Unurlu (2016) çal??mas?nda, ölçe?in Türk örnekleminde yeterli düzeyde iç tutarlıl??a sahip oldu?u sonuçlar?na yer verilmiştir.

## Faktör Analizi

Bu tür uyarlama çal??malar?nda, ölçe?in orijinal yap?s?n?n kültürel ba?lamda korunup korunmad??n? veya de?itirilip de?itirilmedi?ini belirlemek amacıyla genellikle **Faktör Analizi** uygulanır. Çal??man?n niteli?ine ba?lı olarak Ke?fedici Faktör Analizi (KFA) veya Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) kullan?lm?? olabilir.

Faktör analizi sonuçlar?, AI??veri? Memnuniyeti Ölçe?i'nin kaç faktörden olu?tu?unu, her bir faktörün varyansa katk?s?n? ve maddelerin faktör yüklerini ortaya koyarak ölçe?in yap?sal geçerli?ini destekler.

## Araç

**Test Türü:** Uyarlama

**Format:** Genellikle Likert tipi derecelendirme (Kaynak içerikte spesifik bilgi olmamas?na ra?men,

sosyal bilimler ölçeklerinde yayg?nd?r).

**Mevcut Dil:** Türkçe

**Popülasyon Grubu:** Tüketiciler, Al??veri? Yapan Bireyler

**Ya? Grubu:** Yeti?kinler (Genç ve orta ya?l? tüketiciler)

**Popülasyon Detaylar?:** Uyarlama çal??mas?, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi'nde yay?mlanan makalede belirtilen örneklem grubunu kapsamaktadır.

**Test Metodolojisi:** Öz bildirim ölçe?i. Kat?l?mc?lardan, al??veri? deneyimlerine dair maddelere ne derece kat?ld?klar?n? belirtmeleri istenir.

## Anahtar Kelimeler

Ölçek Geli?tirme, Geçerlik, Güvenirlik, Psikometri, Tüketici Psikolojisi, Pazarlama.

## Yazarlar

**Yazar ORCID Tan?mlay?c?:** Bilgi mevcut de?ildir.

**Ba?l? Kurulu? E-posta Adresleri:** Bilgi mevcut de?ildir.

**Yaz??ma Adresi:** Çi?dem Unurlu (2016 çal??mas?na göre).

## ?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Bu ölçek, 2016 y?l?nda Çi?dem Unurlu tarafından akademik bir makale kapsamında Türkçeye uyarlanm??tır. Ölçe?in ticari kullan?m? veya izin gereklilikleri hakkında spesifik bir bilgi bulunmamaktadır; ancak akademik çal??malarda kullan?m için genellikle yazar?n makalesine at?f yap?lmas? yeterlidir.

Ölçe?in orijinal PDF dosyas? a?a??daki ba?lant?dan indirilebilir: [alisveris-memnuniyeti-olcegi-toad.pdf](#)

## Kaynakça

Unurlu, Ç. (2016). Al??veri? yöneliminin al??veri? memnuniyeti üzerine etkisi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 539-552. Doi: [10.18026/cbusos.24630](#)

Makalenin Dergipark ba?lant?s?: [dergipark.ulakbim.gov.tr](http://dergipark.ulakbim.gov.tr)

## **Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i Maddeleri**

**ÖNEML?:** A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir.

Bu ölçe?in maddeleri, sa?lanan kaynak içerikte aç?kça listelenmemi?tir. Maddelere ula?mak için lütfen yukar?da belirtilen PDF ba?lant?s?n? veya kaynak makaleyi inceleyiniz.

ARABPSYCHOLOGY.COM