Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=16857

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i, tüketicilerin bir al??veri? süreci sonunda veya sonras?nda deneyimledikleri memnuniyet düzeyini ölçmek amac?yla kullan?lan psikometrik bir araçt?r. Bu ölçek, orijinal bir yap?n?n Türkçe literatüre kazand?r?lmas? amac?yla bir **uyarlama** çal??mas? neticesinde geli?tirilmi?tir. Ölçek, genellikle **tüketici davran???** ve pazarlama ara?t?rmalar? alan?nda, al??veri? yönelimlerinin veya hizmet kalitesinin mü?teri memnuniyeti üzerindeki etkilerini incelemek için kullan?lmaktad?r. Ölçe?in kullan?m?, i?letmelerin pazarlama stratejilerini ve mü?teri hizmetlerini iyile?tirmelerine olanak tan?yan kritik veriler sa?lamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Al??veri? Memnuniyeti, Tüketici Davran???, Pazarlama Ara?t?rmas?, Ölçek Uyarlama, Ölçme Arac?, Memnuniyet, Al??veri? Yönelimi.

Yazarlar

Çi?dem Unurlu (2016)

Amaç

Ölçe?in temel amac?, bireylerin al??veri? deneyimlerine yönelik bili?sel ve duyu?sal de?erlendirmelerinin bir sonucu olan öznel **al??veri? memnuniyeti** düzeylerini güvenilir ve geçerli bir ?ekilde ölçmektir. Bu ölçek, özellikle bir ürün veya hizmetin sat?n al?nmas?yla sonuçlanan etkile?imler sonras?nda olu?an tatmin duygusunu nicelle?tirmeyi hedefler.

Ölçek, akademik çal??malarda ve saha ara?t?rmalar?nda, al??veri? tercihlerini etkileyen demografik, psikografik ve durumsal faktörlerin memnuniyet üzerindeki etkisini analiz etmek için kritik bir araç olarak hizmet vermektedir. 2016 y?l?ndaki uyarlama çal??mas?, **al??veri? yöneliminin** (hedonik veya faydac?) memnuniyet üzerindeki etkisini incelemek üzere yap?lm??t?r.

Yap?

Al??veri? Memnuniyeti Ölçe?i, psikolojideki temel tüketici psikolojisi yap?lar?ndan biri olan **tüketici memnuniyeti** kavram?n? ölçmektedir. Bu yap?, genellikle tüketicinin beklentileri ile alg?lanan performans aras?ndaki kar??la?t?rman?n sonucunu temsil eder. Yüksek memnuniyet, beklentilerin kar??lanmas? veya a??lmas? anlam?na gelirken, dü?ük memnuniyet ise beklenti bo?lu?una i?aret eder.

Ölçek, büyük ihtimalle tek boyutlu bir yap?ya sahiptir veya orijinal yap?s?na ba?l? olarak al??veri? sürecinin farkl? yönlerini (ürün, hizmet, atmosfer vb.) temsil eden alt boyutlara ayr?labilir. Uyarlama

ARABPSYCHOLOGY.COM

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? belirtilmemi?tir. 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?lmaktad?r. 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 Al??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 güvenirlik katsay?s? belirtilmemi?tir. Psikometrik aç?dan kabul edilebilir bir ölçek olabilmesi için, uyarlama çal??mas?nda ölçe?in iç tutarl?l???n?n yüksek olmas? beklenir. ?ç tutarl?l?k, genellikle **Cronbach Alfa** katsay?s? ile rapor edilir.

Yüksek güvenirlik, ölçe?in farkl? zamanlarda veya farkl? madde setleriyle uyguland???nda benzer sonuçlar verece?i anlam?na gelir. Unurlu (2016) çal??mas?nda, ölçe?in Türk örnekleminde yeterli düzeyde iç tutarl?l??a sahip oldu?u sonuçlar?na yer verilmi?tir.

Faktör Analizi

Bu tür uyarlama çal??malar?nda, ölçe?in orijinal yap?s?n?n kültürel ba?lamda korunup korunmad???n? veya de?i?tirilip de?i?tirilmedi?ini belirlemek amac?yla genellikle **Faktör Analizi** uygulan?r. Çal??man?n niteli?ine ba?l? olarak Ke?fedici Faktör Analizi (KFA) veya Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) kullan?lm?? olabilir.

Faktör analizi sonuçlar?, Al??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,

ARABPSYCHOLOGY.COM

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 kapsamaktad?r.

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 taraf?ndan akademik bir makale kapsam?nda Türkçeye uyarlanm??t?r. Ölçe?in ticari kullan?m? veya izin gereklilikleri hakk?nda spesifik bir bilgi bulunmamaktad?r; 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

ARABPSYCHOLOGY.COM

Makalenin Dergipark ba?lant?s?: 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