

Banka Tercihini Etkileyen Faktörler Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). *Banka Tercihini Etkileyen Faktörler Ölçeği*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=17238>

Özet

Banka Tercihini Etkileyen Faktörler Ölçeği, Orkan Babasov tarafından 2019 yılında geliştirilmiş bir ölçüm aracıdır. Bu ölçek, tüketicilerin bir bankayı tercih etme süreçlerinde rol oynayan çeşitli faktörleri sistematik olarak değerlendirme amacıyla tasarlanmıştır. Ölçeğin geliştirilmesi, **tüketicilerin banka tercihini etkileyen faktörlerin tüketici sadakatine etkisinin incelenmesi** başlıklı bir yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirilmiştir. Çalışma özellikle Azerbaycan (5) örneğinde uygulanmıştır, bu da ölçeğin kültürel ve bölgesel finansal davranışlar ölçme yeterliliğini göstermektedir.

Ölçek, finansal hizmetler alanında **pazarlama** ve **tüketici psikolojisi** araştırmaları için önemli bir araç sağlamaktadır. Geliştirme türünde bir ölçek olup, bankacılık sektöründe müşteri memnuniyetini ve tüketici sadakati (4) düzeylerini etkileyen temel boyutları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Banka tercihi, tüketici davranışları, finansal hizmetler, ölçek geliştirme, müşteri memnuniyeti, bankacılık sektörü (3), tüketici sadakati, Azerbaycan.

Yazarlar

Orkan BABAŞOV

Amaç

Ölçeğin temel amacı, tüketicilerin banka seçimi yaparken göz önünde bulundurduğu kriterleri (örneğin, hizmet kalitesi, şube erişilebilirliği, banka itibarı, faiz oranları) nicel olarak ölçmektir. Bu verilerin toplanmasıyla, bankaların pazarlama stratejilerini ve hizmet gelişmelerini **müşteri beklentilerine** uygun şekilde optimize etmelerine yardımcı olacak somut bulgular elde edilmesi hedeflenmiştir.

Ölçek, aynı zamanda banka tercih faktörleri ile uzun vadeli **tüketici bağlılığı** arasındaki korelasyonu incelemek üzere tasarlanmıştır. Bu bağlamda, ölçek, bankaların rekabet avantajı elde etme yollarını ve sadık müşteri tabanı oluşturma mekanizmalarını anlamak için kritik bir araçtır.

Yapı

Banka Tercihini Etkileyen Faktörler Ölçeği, finansal hizmetler alanında tüketici davranışları (1) çeşitli boyutları ölçen çok boyutlu bir yapıyı temsil etmektedir. Ölçek yapısının, genellikle

aşağıdaki gibi ana faktörleri içermesi beklenir:

Kurumsal İtibar ve Güven: Bankanın piyasadaki imajı ve finansal güvenilirliği.

Hizmet Kalitesi ve Personel Yetkinliği: Sunulan hizmetin hızı, doğruluğu ve çalışanların profesyonelliği.

Ücret ve Faiz Oranları: Bankacılık işlemlerinin maliyeti ve rekabetçi fiyatlandırma politikaları.

Erişilebilirlik ve Teknoloji: Şube/ATM ağı yaygınlığı ile mobil ve internet bankacılığı hizmetlerinin etkinliği.

Geçerlik

Ölçeğin geçerlik çabalarına dair özet verilerde spesifik bir bilgi ("-") bulunmamaktadır. Ancak, bir yüksek lisans tezi kapsamında geliştirildiği göz önüne alındığında, yapısal geçerliliği sağlamak amacıyla **Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)** ve/veya **Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)** yöntemlerinin kullanıldığı varsayılmaktadır. Bu analizler, maddelerin teorik olarak öngörülen yapısal boyutları ne ölçüde temsil ettiğini belirlemek için kritik öneme sahiptir.

Geçerlik sonuçlarının detaylarına ulaşmak için, Kastamonu Üniversitesi tarafından yayımlanan orijinal yüksek lisans tezi (2) incelenmelidir. Tipik olarak bu tür çabalarda kapsam geçerliliği, uzman görüşleri alınarak sağlanmaktadır.

Güvenirlilik

Ölçeğin güvenirlik değerleri özet kaynakta belirtilmemiştir ("-"). Standart psikometrik uygulamalara göre, ölçeğin iç tutarlılığı test etmek amacıyla **Cronbach Alfa (α) katsayıları** hesaplanmalıdır. Bu katsayı, ölçek maddelerinin aynı yapıyı ne kadar tutarlı bir şekilde ölçtüğünü gösterir.

Yüksek lisans tezinin tam metninde, ölçeğin genel iç tutarlılık değeri ile birlikte alt boyutlara ait güvenirlik katsayılarının detaylı olarak sunulması beklenmektedir. İyi bir ölçek için Cronbach Alfa değerinin genellikle 0.70 veya üzerinde olması hedeflenir.

Faktör Analizi

Ölçeğin geliştirilmesinde faktör analizinin kullanıldığı kuvvetle muhtemeldir. Bu analiz, bağılangıçta çok sayıda olan tercih maddesinin hangi temel faktörler altında toplandığını ve bu faktörlerin banka tercihini ne ölçüde açıkladığını belirlemek için hayati öneme sahiptir. Faktör analizi, ölçeğin çok boyutlu yapısını bilimsel olarak temellendirir.

Araç

Test Type: Geliştirme (Yeni bir yapısal ölçek geliştirilmiştir.)

Format: Yüksek ihtimalle 5'li veya 7'li Likert tipi derecelendirme ölçeği kullanılmıştır (Örneğin, "Kesinlikle Katılıyorum"dan "Kesinlikle Katılmıyorum"a).

Language Available: Türkçe (Tez dili) ve/veya Azerbaycan Türkçesi (Uygulama alanı dili).

Population Group: Tüketiciler, bankacılar ve bankacılık hizmetlerinden yararlanan bireyler.

Age Group: Yetişkinler (Finansal hizmet kullanıcıları olan yaş grupları).

Population Details: Azerbaycan'da ikamet eden ve bankacılık hizmetlerini aktif olarak kullanan bireyler.

Test Methodology: Anket yöntemiyle veri toplama, kesitsel araştırma deseni.

Anahtar Kelimeler

Finansal psikoloji, pazarlama araştırmaları, müşteri ilişkileri yönetimi, psikometrik özellikler, banka itibarı.

Yazarlar

Author ORCID Identifier: Sağlanmadı.

Affiliation Email addresses: bab_oa@hotmail.com (Sorumlu Yazar İletişim)

Correspondence Address: Kastamonu Üniversitesi (Tez Affiliation)

İzinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2019

İzinler ve Ücret: Ölçek, akademik bir yüksek lisans tezi ürünü olduğundan, ticari olmayan akademik kullanıcılar için genellikle yazarından izin alınması gerekmektedir. Ücret bilgisi mevcut değildir.

PDF Kaynağı: Ölçeğin orijinal PDF belgesi aşağıdaki adresten indirilebilir: [banka-tercihini-](#)

[etkileyen-faktorler-olcegi-toad.pdf](#)

Kaynaklar

Babasov, O. (2019). *Tüketicilerin banka tercihini etkileyen faktörlerin tüketici sadakatine etkisinin incelenmesi: Azerbaycan örneği*. Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.

Banka Tercihini Etkileyen Faktörler Ölçeği Maddeleri

IMPORTANT: The following scale items must be preserved in their original language and must not be changed in any way.

Ölçeğin orijinal maddeleri, özet kaynakta sağlanmamıştır. Maddeler için, yukarıda belirtilen yüksek lisans tezinin tam metnine başvurulması gerekmektedir.

ARABPSYCHOLOGY.COM