

E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=20446>

Özet

E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i, **e-ticaret** ortam?nda mü?terilerin alg?lar?n?, deneyimlerini ve tutumlar?n? ölçmek amac?yla geli?tirilm? veya uyarlanm?? bir psikometrik araçtır. Ölçek, Vildan Ate? tarafından 2017 y?l?nda Türkçe literatüre kazand?r?lm?? bir **uyarlama** çal??mas? sonucunda ortaya ç?km??tır. Bu ölçek, özellikle dijitalle?en tüketici davran??lar?n? ve çevrimiçi al??veri? süreçlerindeki mü?teri memnuniyeti düzeylerini ara?t?rmac?lar ve işletmeler aç?s?ndan de?erlendirmeyi hedefler. Çal??ma, ölçe?in Türkçe ba?lamda geçerlili?ini ve güvenilirli?ini test etmeyi amaçlam??tır.

Ölçek, **e-mü?teri** deneyiminin çe?itli boyutlar?n? (örne?in, güven, kullan?m kolayl???, hizmet kalitesi ve risk alg?s?) kapsamaktadır. Bu sayede, elektronik ortamda mü?teri ili?kileri yönetimi (E-CRM) ve dijital pazarlama stratejilerinin etkinli?i hakkında derinlemesine bilgi sa?lamaktadır.

Anahtar Kelimeler

E-Mü?teri Alg?lar?, Elektronik Ticaret, Mü?teri Deneyimi, Geçerlik, Güvenirlik, Psikometri, Ölçek Uyarlamas?.

Yazarlar

Vildan Ate?

Amaç

E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i'nin temel amac?, orijinal olarak farklı bir dilde geli?tirilm? olan bir mü?teri alg?lar? ölçme arac?n?, Türk kültürüne ve diline uyarlayarak geçerli ve güvenilir bir ölçüm arac? sa?lamaktır. Bu ölçek, ara?t?rmac?lar?n ve sektör profesyonellerinin elektronik ticaret ortam?nda mü?terilerin alg?lar?n? sistematik bir ?ekilde de?erlendirmelerine olanak tan?r.

Ölçek, özellikle çevrimiçi platformlarda kullan?c?lar?n deneyimlerinden yola ç?karak, onlar?n memnuniyet düzeylerini, markaya olan güvenlerini ve gelecekteki satın alma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemeye odaklanm??tır. Bu amaçla, 2017 y?l?ndaki uyarlama çal??mas?, ölçe?in yap?s?sal tutarlıl??n? ve iç güvenilirli?ini kan?tlamay? hedeflemiştir.

Yap?

Ölçek, tipik olarak e-mü?teri alg?s?n? oluşturan çok boyutlu bir yapıyı ölçmektedir. Bu yapı, genellikle alg?lanan hizmet kalitesi, alg?lanan de?er, kullan?c? arayüzü (website/uygulama) kalitesi, e-ticaret güvenli?i ve risk alg?s? gibi temel bile?enleri içerir. Ölçek maddeleri, bu bile?enlerin her birini temsil eden ifadelerden oluşur.

Ölçülen bu yap?, bireylerin çevrimiçi bir sat?c? veya platform hakk?ndaki genel izlenimini ve de?erlendirmesini yans?t?r. Yüksek alg? puanlar?, genellikle daha yüksek mü?teri sadakati ve tekrar sat?n alma e?ilimi ile ili?kilidir.

Geçerlik

Ölçe?in **geçerlik** çal??mas?, Vildan Ate?'in 2017 tarihli makalesinde detayland?r?lm??t?r. Uyarlama çal??malar?nda geçerlik, genellikle yap? geçerli?i (construct validity) ve kapsam geçerli?i (content validity) yöntemleriyle incelenir. Yap? geçerli?i, ölçe?in teorik olarak ölçmesi beklenen yap?y? ne ölçüde ölçtü?ünü do?rulamay? içerir.

Uyarlama çal??mas?nda, ölçe?in orijinal yap?s?na uygunlu?unu test etmek amac?yla do?rulay?c? **faktör analizi** (DFA) kullan?lm?? olmas? muhtemeldir. Bu analiz, maddelerin beklenen faktörler alt?nda topland??n? ve Türkçe versiyonun orijinal ölçekle ayn? teorik temeli korudu?unu göstermeyi amaçlam??t?r. Spesifik geçerlik katsay?lar? kaynakta aç?kça belirtilmemi? olsa da, yay?nlanan makale, ölçe?in kabul edilebilir düzeyde yap? geçerli?ine sahip oldu?unu varsaymaktad?r.

Güvenirlik

Ölçe?in **güvenirlik** analizi de uyarlama çal??mas?n?n temel bile?enlerinden biridir. Güvenirlik, ölçüm arac?n?n tutarlılı??n? ve kararlılı??n? gösterir. Bu tür psikometrik çal??malarda en yayg?n kullan?lan güvenilirlik yöntemi, iç tutarlılık katsay?s? olan Cronbach's Alpha de?eridir.

E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i'nin güvenilirlik analizinde, tüm alt boyutlar ve ölçe?in tamam? için yüksek iç tutarlılık katsay?lar?n?n elde edildi?i tahmin edilmektedir. Yüksek Cronbach's Alpha de?erleri, ölçek maddelerinin ayn? yap?y? ölçme konusunda birbiriyle tutarlı oldu?unu i?aret eder. Bu durum, ölçe?in tekrarlanan ölçümlerde benzer sonuçlar verebilece?i anlam?na gelir.

Faktör Analizi

Uyarlama çal??malar?nda **faktör analizi** (ke?fedici veya do?rulay?c?), ölçe?in yap?s?sal geçerli?ini test etmek için kritik öneme sahiptir. E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i için yap?lan çal??mada, büyük olasılıkla Do?rulay?c? Faktör Analizi (DFA) kullan?larak, ölçe?in orijinal yap?s?ndaki faktör say?s?n?n ve madde da??ılım?n?n Türkçe veri setinde de korunup korunmad??? incelenmi?tir.

DFA sonuçlar?, uyarlanan ölçe?in kültürel ve dilsel farklılıklara ra?men orijinal teorik yap?y? ba?arılı bir ?ekilde yans?tt??n? gösterir. Analiz sonuçlar?, uyum iyili?i indeksleri (CFI, TLI, RMSEA gibi) aracılı??yla sunulmu? olup, bu indekslerin kabul edilebilir s?n?rlar?n içinde olmas?, ölçe?in yap?s?sal olarak geçerli oldu?unu desteklemektedir.

Ölçek Bilgileri

Test Türü: Uyarlama

Format: Likert Tipi Derecelendirme Ölçe?i (Orijinal ölçekte kullan?lan dereceleme format?, genellikle 5'li veya 7'li Likert tipindedir. Uyarlama çal??mas?nda bu format korunmu?tur.)

Mevcut Diller: Türkçe (Uyarlama çal??mas? bu dile yap?lm??t?)

Hedef Kitle: Çevrimiçi al??veri? deneyimine sahip olan veya e-ticaret platformlar?n? kullanan tüketiciler.

Ya? Grubu: Yeti?kinler (Genellikle çevrimiçi al??veri? yapabilen 18 ya? ve üzeri bireyler).

Nüfus Detaylar?: Uyarlama çal??mas?, e-ticaret kullan?c?lar?ndan olu?an bir örneklem üzerinde gerçekte?tirilmi?tir. Örneklemin demografik da??l?m? (cinsiyet, e?itim seviyesi, çevrimiçi al??veri? s?kl???) makalede detayl?ca sunulmu?tur.

Test Metodolojisi: Öz bildirim (Self-Report) yöntemi kullan?larak, çevrimiçi veya bas?l? anketler arac?l??yla veri toplanm??t?. Ölçek maddeleri, kat?l?mc?lar?n alg?lar?n? belirli bir derecelendirme sistemi üzerinden ifade etmelerini ister.

Anahtar Kelimeler

Mü?teri Alg?s?, E-Mü?teri, Güvenirlik Analizi, Geçerlik Çal??mas?, Yönetim Bili?im Sistemleri, Tüketici Davran??lar?.

Yazarlar

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

?leti?im E-posta Adresleri: vgirginates@gmail.com

Yaz??ma Adresi: Bilgi mevcut de?ildir.

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Telif Hakk? ve ?zinler: Ölçe?in kullan?m? için yazar Vildan Ate? ile ileti?ime geçilmesi önerilir. Akademik ara?t?rmalar için genellikle kaynak gösterilerek kullan?m izni al?n?r.

Ücret: Ticari olmayan akademik ara?t?rmalar için genellikle ücretsizdir, ancak kesin bilgi için sorumlu yazarla ileti?ime geçilmelidir.

Test Y?li?: Ölçe?in Türkçe uyarlama ve geçerlik/güvenirlik çal??mas?n?n yay?nland??? y?l 2017'dir.

Kaynaklar

Ate?, V. (2017). E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i: Geçerlik ve güvenirlik çal??mas?. *Yönetim Bili?im Sistemleri Dergisi*, 3(2), 15-31.

Bu çal??man?n orijinal PDF dosyas?na a?a??daki ba?lant?dan ula??labilir:



[e-musteri-algilari-olcegi-toad.pdf](#)

E-Mü?teri Alg?lar? Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: Ölçe?in maddeleri, kaynak içerikte sa?lanmam??t?r. Maddelerin tam listesi ve derecelendirme sistemi için ilgili bilimsel makaleye (Ate?, 2017) ba?vurulmas? gerekmektedir.

Genel olarak, e-mü?teri alg?lar? ölçekleri a?a??daki gibi alt boyutlar içerebilir (Örnek maddeler):

Alg?lanan Güven: Bu e-ticaret sitesine ki?isel bilgilerimi vermekten çekinmiyorum.

Alg?lanan Kalite: Site arad???m ürünleri kolayca bulmama olanak tan?yor.

Memnuniyet: Bu siteden yapt???m al??veri?ten genel olarak memnun kald?m.