

EKOTURİZM DESTİNASYONLARINDA HİZMET KALİTESİNİN ECOSERV İLE ÖLÇÜLMESİ: TÜRKİYE'DEKİ KIYI BÖLGELERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

MEASURING SERVICE QUALITY WITH ECOSERV SCALE IN ECOTOURISM DESTINATIONS: A RESEARCH IN THE COASTAL REGIONS OF TURKEY

Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR

Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
safakunuvar@selcuk.edu.tr

Öğr. Gör. Melih AYDIN

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Programı

ÖZ

Hizmet, hem turizm sektöründe, hem de diğer sektörlerde adından sıkça söz edilebilecek bir kavramdır. Hizmet kalitesi kavramı literatüre girmeden önce kalite kavramı, özünde ürün kalitesi ile ilişkilendirilen bir unsurdur. Bu doğrultuda, kalite kavramının hizmet kalitesi perspektifinden ele alınması, alanyazında kayda değer özgün bir çerçeve yaratmaktadır. Bununla birlikte hizmetin algılanması ve değerlendirmesinde ekolojik unsurlar ve taşıma kapasitelerinin dikkate alınması, uzun yıllar araştırmacıların dikkatinden kaçmış bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde ekoturistlerin kalite beklentileri ile ilgili ilk ölçek, 2003 yılında Khan tarafından geliştirilmiştir. Ekoturizm, yerel halka, doğaya ve doğal unsurlara önem veren bir sürdürülebilir turizm çeşididir. ECOSERV modeli, eko fiziksel unsurlar, fiziksel unsurlar, güvence, güvenilirlik, duyarlılık(karşı tepki) ve empati alanlarında altı hizmet kalitesi boyutundan oluşmaktadır. Bu araştırmada, Türkiye'de farklı coğrafi bölgelerdeki kıyı kesiminde yer alan ve ekoturizm potansiyeline sahip önemli turizm merkezlerini ziyaret etmiş olan turistlerin hizmet kalitesi algı ve beklentilerinin, anket uygulanarak belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma bulgularına göre, ekoturizm bölgelerini ziyaret etmiş turistlerin beklentileri algılarından yüksek çıkmış olup, eko fiziksel unsurlar boyutunun, 6 boyut arasında turistler açısından en önem atfedilen boyut olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: ECOSERV, hizmet kalitesi, ekoturizm, algılanan hizmet kalitesi.

ABSTRACT

Service is a concept that can be frequently mentioned both in the tourism sector and in other sectors. Before the concept of quality of service was included in the literature, the concept of quality was, in essence, associated with product quality. In this respect, when the concept of quality is considered from the perspective of quality of service, an original framework emerges in the literature. In addition to this, in the perception and evaluation of service, consideration of ecological factors and carrying capacities is a problem that has been overlooked by researchers for many years. In the literature, the first scale of ecotourists' quality expectations was developed by Khan in 2003. Ecotourism is a kind of sustainable tourism that attaches importance to the local people, nature and natural elements. ECOSERV model consists of six service quality dimensions that are eco-tangibles, assurance, reliability, responsiveness, empathy, and tangibles. Eco-physical elements (ecotangible) are a part of the ECOSERV model which is used to evaluate the quality of service in hotel enterprises. In this research, it is aimed to determine the quality of service perceptions and expectations of tourists who have visited important tourism centers with the potential of ecotourism in different geographical regions in Turkey, through ECOSERV scale by applying a questionnaire. According to the findings of the study, expectancy of tourists who visited ecotourism regions was higher than their perceptions and study determined that the ecotangibles dimension is the most important dimension among the 6 dimensions according to the tourists.

Keywords: ECOSERV, service quality, ecotourism, perceived service quality.

Giriş

Literatürde daha önce hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili birçok çalışma yapılmış ölçek geliştirilmiş fakat ekoturizm segmenti ile ilgili, bir diğer deyişle ekoturistlerin kalite beklentileri ile ilgili ilk ölçek, 2003 yılında Khan tarafından geliştirilmiştir. Hizmet, hem turizm sektöründe, hem de diğer sektörlerde adından sıkça söz edilebilecek bir kavramken, hizmet icrası ve alınan hizmetin algılanması ve değerlendirmesi hususunun ekolojik unsurları ve taşıma kapasiteleri dikkate alınarak değerlendirilmesi, uzun yıllar araştırmacıların üzerinde düşünmedikleri bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun belli başlı sebeplerinden biri, metropolleşen şehirler, betonlaşan günlük yaşam çevresi ve yapaylaşan hayat unsurlarıdır. Khan (2003) literatürdeki bu önemli açığı fark ederek, ECOSERV ölçeğini uyarlamıştır.

Literatür

Ecoserv Modeli

ECOSERV modeli Parasuraman (1985) tarafından geliştirilen SERQUAL modelinden uyarlanmış çok yönlü maddelerden oluşmaktadır ve hizmet sunumu etkileşimindeki müşteri beklentisini ve algısını ölçmek için tasarlanmıştır. Eko-fiziksel unsurlar(ecotangible), otel işletmelerinde hizmet kalitesini değerlendirmek için kullanılan ECOSERV modelinde yer alan bir yapıdır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985). Yeşil veya çevreye duyarlı trend uyarınca, son yıllarda bir çok çevre koruma kampanyası düzenlenmiştir ve hizmet sektöründe uygulanmıştır. ECOSERV'e atıfla, eko-fiziksel(ecotangible) faktörün istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve hizmet kalitesine yüksek derecelerde etkisi olduğu bulunmuştur (Khan, 2003'ten aktaran Cherdchamadol & Sriboonjit, 2013).

Hizmet ve Hizmet Kalitesi ile İlişkili Kavramlar

Hizmet, bir tarafın esas itibariyle soyut olan ve herhangi bir şeyin sahipliğini sağlamayan, başka bir tarafa sunabileceği herhangi bir fiili veya işleyişi ifade eder. Hizmet üretimi fiziksel bir ürüne bağlı olabilir veya olmayabilir (Kotler, 2000: 200). Hizmet sunumu, hizmeti sunan çalışanın yetenek ve bilgisiyile ilgili bir kavramdır. Bu bağlamda hizmet sunumunu icra eden bireyler arasındaki bazı farklılıklar, tek tip bir hizmet sunumunu zorlaştırmaktadır (Gürbüz ve Ergülen, 2006: 175). Hizmetler, somut olmayan veya en azından önemli ölçüde soyut olan bir banka kredisi veya ev güvenliği gibi ürünlerdir. Eğer tamamen soyut ise, doğrudan üreticiden kullanıcıya değişimi sağlar, taşınamaz veya depolanamaz. Hizmet ürünlerinin tanımlanması genellikle zordur çünkü ürünlerin satın alınması ve tüketilmesi ile aynı anda ortaya çıkmaktadır. Ayrılmaz soyut unsurları ve genellikle önemli ölçüde müşteri katılımını içerirler, mülkiyet devri anlamında satılamazlar. Ancak günümüzde çoğu ürün kısmen somut ve kısmen soyut niteliktedir ve genellikle mal ya da hizmet olarak sınıflandırılır ve hepsi de ürün olarak adlandırılır (American Marketing Association, 2017).

Hizmet kalitesi, yönetim alanında yeni sayılabilecek bir konudur ve geçmişi 80'li yıllara dayanmaktadır. Hizmet kalitesi, müşterilerin, alacakları hizmete dair beklentileri ve hizmet alınan işletme ile ilgili algılarının karşılaştırmasından meydana gelmektedir (Oliver, 1997).

Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988), hizmet kalitesinin, kalıcı bir duygusal yönelimin göstergesi olan bir psikolojik durum olduğunu ve hizmet memnuniyetinin belirli bir etkileşimle ilişkili olduğunu savunmuştur ve hizmet kalitesini: "hizmeti alanın beklentisi ve algısı arasında ki fark" olarak tanımlamışlardır. Böylece bir "ne umduk ne bulduk" süreci karşımıza çıkmaktadır.

Gronroos'a (1994) göre hizmet kalitesinin üç boyutu vardır: Teknik kalite, işlevsel kalite ve kurumsal imaj. Bu boyutları açıklamak gerekirse:

1. Müşterinin, hizmet sunumundan ne edindiğini içeren ve tüketici tarafından objektif bir şekilde ölçülebilen teknik kalite.

2. Hizmetin sunulma biçimini içeren işlevsel kalite. Bu, alıcı ile satıcı arasındaki psikolojik etkileşim ile ilgilidir ve çok öznel bir şekilde algılanır ve çalışanlar ve müşteriler arasındaki ilişkiler, çalışanlar arasındaki ilişkiler, hizmetin erişilebilirliği, çalışanların tutum ve davranışları, hizmet personeline ulaşılabilirlik, personelin görünümü ve kişiliği gibi unsurları içerir.

3. Kalitede kurumsal imaj boyutu, tüketicilerin firmayı nasıl algıladıklarının bir sonucudur ve hizmet algılamalarını etkilemesi beklenmektedir.

Kalite, Crosby (1979) tarafından ihtiyaçlara uygunluk olarak tanımlanmaktadır. Belli bir hizmetin algılanan kalitesi tüketicinin, beklentilerini almış olduğu ve dolayısıyla algıladığı hizmetle karşılaştığı, yani algılanan hizmeti beklenen hizmetle karşılaştığı bir değerlendirme sürecinin sonucudur. Bu işlemin sonucu, hizmetin algılanan kalitesidir. Bu sebeple, hizmet kalitesi iki değişkene bağımlıdır: Beklenen hizmet ve algılanan hizmet (Gronroos, 1984: 37).

Zeithaml (1988), algılanan hizmet kalitesini: "bir işletmenin genel mükemmellik veya üstünlüğü hakkındaki tüketici yargısı" olarak tanımlamıştır. Algılanan hizmet kalitesi, tüketicilerin algı ve beklentileri arasındaki farkın derecesi olarak da tanımlanmaktadır. Gerçekleşen hizmet performansı algısıyla beklentilerin karşılaştırılması sonucunda oluşur.

Hizmet kalitesi, alınan hizmet ile beklenen hizmet arasında bir karşılaştırmanın sonucu olarak da tanımlanmıştır (Grönroos, 1984). Grönroos, bir müşterinin deneyimlediği kaliteyi, teknik ve işlevsel olmak üzere kurum imajı tarafından yönetilen iki boyuta dayanmaktadır. İşlevsel boyut, bir hizmetin sağlandığı yolu (nezaket, dikkat, dakiklik, profesyonellik vb.) unsurları dikkate alır; teknik boyut ise, hizmetin sonucunu ele almaktadır (örneğin bir hayat sigortası poliçesi) (Caceres ve Paparoidamis, 2007: 840).

1988'de Parasuraman, Zeithaml ve Berry, hizmet kalitesini "bir işletmenin genel mükemmellik ya da üstünlüğü hakkındaki tüketici yargısı" olarak tanımlamış ve SERVQUAL'ı tasarlamışlardır.

Tablo 1: Turizm İşletmeciliğini Konu Alan Hizmet Kalitesi Ölçüm Modelleri

	Ölçüm Modeli	Araştırmacılar
1	Servqual	Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985, 1988
2	Recqual	Mackay & Crampton, 1988, 1990
3	Lodgserv	Knutson, Stevens, Wullaert, Patton & Yokoyama, 1990; Patton, Stevens & Knutson, 1994; Oberoi & Hales, 1990.
4	Servperf	Cronin & Taylor, 1992, 1994
5	Lodqual	Getty & Thompson, 1994
6	Dineserv	Stevens, Knutson ve Patton, 1996
7	Holsat	Tribe & Snaith, 1998
8	Holserv	Mei, Dean & White, 1999
9	Hotelqual	Falces, Sierra Diez, Becerra Garnde & Brinol Turnes, 1999
10	Histoqual	Frochot & Hughes, 2000
11	Tangserv	Raajpoot, 2002
12	Ecoserv	Khan, 2003
13	Hotelzot	Nadiri & Hussain, 2005
14	TourServQual	Eraqi, 2006
15	Dinescape	Ryu & Jang, 2008
16	Hotsperf	Tefera & Govender, 2016

Bilişsel psikoloji açısından, beklentiler algılama sürecine entegre edilmiş ön bilgiler olarak tanımlanır (Bruner, 1957).

Olson ve Dover (1979), beklentileri, ürün ve atfediş kavramları arasındaki ilişkilendirmenin öznel çıkarımı, ürün hakkındaki öncül inançlar olarak tanımlamıştır. (Örneğin: Müşterinin, bir turistik ürün hakkında zihninde canlandırdığı "nasıl bir hizmetle karşılaşırım" düşüncesidir)

Memnuniyet, bir etkileşim esnasındaki özgün, duygusal bir tepki olarak kabul edilir ve kalite, bir hizmetin genel bir değerlendirmesidir. Böylece kalite, bir hizmetle ilgili evrensel bir yargı içeren tutum biçimidir (Parasuraman ve diğerleri, 1988; Oliver, 1981).

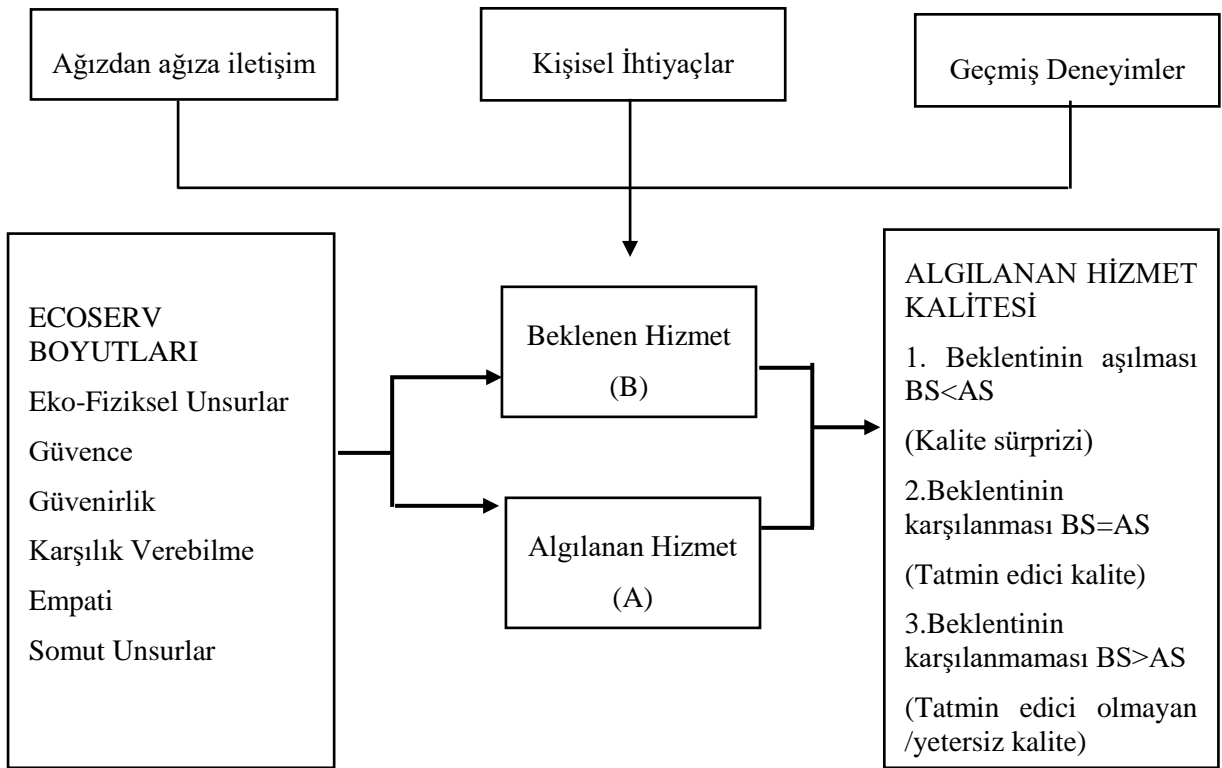
Turistler tarafından değerlendirilecek ve somut ve somut olmayan boyutlarla bağdaşan doğal çevre unsurlarının korunmasıyla ilgili kriterleri belirlemek için Khan (2003), SERVQUAL modelinin üzerinde değişiklikler yapmış ve ekoturistlerin kalite beklentileri kapsamında (ECOSERV)'i adapte etmiştir. ECOSERV modelini oluşturmak için orijinal SERVQUAL modelinde yapılan bazı

değişiklikler ve uyarlamalar bulunmaktadır. SERVQUAL modelindeki değişiklik, maddi boyuta ecotangible olarak adlandırılan bir boyut daha eklenmek suretiyle yapılmıştır. Diğer beş boyut, aynı şekilde kalmıştır. Bu nedenle, ECOSERV modeli, eko somut unsurlar, somut unsurlar, güvence, güvenilirlik, duyarlılık(karşı tepki) ve empati alanlarında altı hizmet kalitesi boyutundan oluşmaktadır.

ECOSERV modelini geliştiren Khan (2003), çevre dostu ve sürdürülebilir kalkınma olan Eko-fiziksel unsurlar üzerinde durmuştur. Ecotangible, çevreye uygun fiziksel tesisler ve çevre bozulmasını en aza indiren ekipmanların ekoturistler için daha önemli olduğu hususuna vurgu yapmaktadır. Ecotangible'da bulunan 3 madde: Uygunluk, bozunmayı en aza indirmek ve çevreye zarar vermemektir (Khan, 2003). Ekoturizm segmentindeki turist memnuniyetini ölçmek için en uygun yaklaşım ekoturistlerin hizmet kalitesi (ECOSERV) 'dir (Sapari, Shuib, Ramachandran & Herman, 2012: 7).

ECOSERV boyutları, Oliver'ın (1997) ile icranın beklentiye ters düşmesi(expectancy disconfirmation) teorisiyle temellenmiştir.

Şekil 1. ECOSERV modeli; Khan(2003), & Parasuraman vd.(1988)'den uyarlanmıştır.

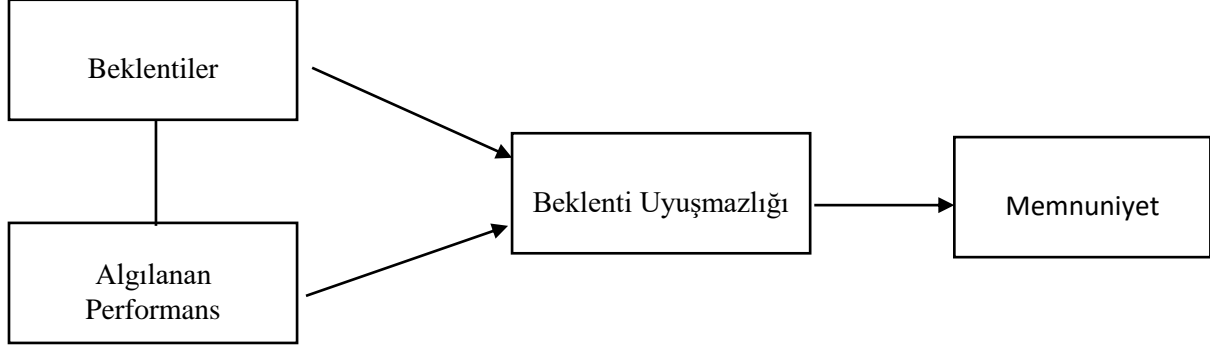


Kaynak: (Noorazlan, Aziz & Isa, 2015: 130).

Beklentilerin Uyuşmazlığı(Beklentiye Ters Düşme) Teorisi

Oliver (1980) tarafından ortaya koyulan bu teoride ilk etap ürünle ilgili beklentidir. Beklenti aşamasında, her tüketicinin bir ürün hakkında farklı bir bilgi düzeyi vardır ve bu da ürün performansı hakkında farklı değerlendirmelere neden olur. İkinci aşama, her tüketicinin ürün performansı üzerinde belirli atıflar geliştirdiği bir performans olarak algılanmaktadır. Üçüncü aşama, algılanan ürün performansının ilk beklentiler ile karşılaştırıldığı "beklentiye ters düşme/beklentiye uyumsuzluk" tır. "Beklentiye uyumsuzluk", tüketiciler arasında memnuniyetsizlik veya memnuniyetsizliğe yol açan başlangıçtaki beklentileri ile fiili performans arasında tutarsızlıklar olduğu zaman gerçekleşir. Bu son aşama, bireysel tüketicilerin algılanan ürün performansının ölçülmesinin, beklentiye uygun olup olmadığını belirlediği memnuniyettir (Mohd, Maghzi, & Aziz, 2011).

Şekil 2. Beklentilere Ters Düşme Teorisi (Expectancy Disconfirmation Theory)



Kaynak: Oliver (1980)

Bu teori, müşterilerin alınan hizmetle ilgili hizmet kalitesini belirlemek için müşterilerin beklenti ve algılama biçimlerini teorik ve ampirik çalışmaların sentezine dayandırarak açıklamaktadır. Bu nedenle, bu bağlamda, beklentiye ters düşme teorisi ve teori ile bağlantılı birkaç var olan hipotezi gözden geçirmek de çok önemlidir. Oliver'a (1997) göre, beklentiye ters düşme teorisi, müşterilerin, belirli ürün veya hizmetler hakkında öncel beklentilerini temel alarak nasıl bir karara vardıkları konusuna vurgu yapar. Müşteriler, gerçekleşen hizmet performansını deneyimledikten sonra karşılaştırmalı olarak(hizmet öncesi ve sonrası) bir memnuniyet kararı verirler (Ab.Aziz, Aziz, Isa ve Ismail: 2014).

Yukarıda açıklanan teoriyle örtüşük özellikler gösteren ve Khan(2003) tarafından geliştirilen ECOSERV'in 6 boyutu, aşağıdaki unsurları içermektedir.

1. Eko-Fiziki Unsurlar: Tesisleri, çevre için güvenli olan diğer fiziksel aygıtlarla birlikte düzenleme.
2. Güvence: Çalışanların, deneyim ve nezaketlerini şekillendirme ve inandırıcı ve geçerli bilgi sunabilme yetenekleri.
3. Güvenilirlik: Müşterilere, vaat edildiği gibi hizmet edebilme yeteneğidir.
4. Duyarlılık: müşterilere yardım edebilme ve vaat edilen hizmeti sunma yeteneğidir.
5. Empati: İtinai, özverili olma ve kişiye özel ilgi gösterebilme becerisi.
6. Maddî Varlıklar: Kişilerin, varlıklarıyla yerel unsuru temsil etmelerini yansıtmaktadır (Sunarti & Hartini, 2015: 623).

Ecoserv Ölçeği Kullanılarak Yapılmış Çalışmalar

Liu, Hong ve Li (2013) çalışmalarında, ekoturizmin deneyimsel pazarlama ve hizmet kalitesi ile turistlerin davranışsal niyetleri arasındaki etkileri incelemiştir. ECOSERV ölçeği ile ekoturistlerin hizmet sağlayıcılar tarafından sunulan ekoturistlerin kalite beklentileri ölçülmüştür. 610 kişiye uygulanan anketlerden elde edilen sonuçlar, deneyimsel pazarlama ve ekoturizm hizmet kalitesinin turistlerin davranışsal niyetleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, deneyimsel pazarlama ve hizmet kalitesinin turistlerin davranışsal niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur.

Kwayanti (2016), yapmış olduğu çalışmada, Endonezya'daki Ekowisata Mangrove Wonorejo adlı Ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği bölgede son 1 yıl içerisinde bulunmuş olan 170 kişiye anket uygulamıştır. ECOSERV ölçeği kullanılarak yapılan çalışmada elde edilen bulgulara göre, Ecoserv'in 6 boyutunun da destinasyon imajı ile anlamlı ve pozitif ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sapari, Shuib & Ramachandran (2013), ECOSERV ölçeğini kullanarak yapmış oldukları çalışmanın sonucunda, ziyaretçilerin parkın çevre, hizmet ve tesis kalitesine yönelik memnuniyet seviyesi düşük bulunmuştur. Malezya' daki Langkawi adasında bulunan Kilim Karst Geoforest Park'ı ziyaret eden toplam 410 ziyaretçiye uygulanan anket sonuçlarına göre ziyaretçilerin memnun oldukları fakat memnuniyet derecelerinin bir hayli düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Uslu, Akay ve Ünal (2013), Fethiye Kelebekler Vadisindeki 151 yerli ve yabancı turiste uyguladıkları ankette, ECOSERV hizmet kalitesi ölçüm modelini kullanmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre ECOSERV'in 6 boyutunun tümünde de yerli ve yabancı turistler arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Özellikle güvence boyutunda, genel anlamda turistlerin beklentilerinin karşılandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte fiziksel özellikler boyutunda, turist beklentileri ve algıları arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir.

Uygulama

Yöntem

Araştırmanın amacı, Türkiye'de farklı coğrafi bölgelerde yer alan ve ekoturizm potansiyeline sahip önemli turizm merkezlerini ziyaret etmiş turistlerin hizmet kalitesi algı ve beklentilerini, anket uygulayarak ölçmektir. Aynı zamanda hizmet kalitesi ile ilgili olarak hangi boyutların ön plana çıktığını tespit etmek, belirlenen kalite boyutlarının ziyaretçilerin demografik özelliklerine göre farklı algılanıp algılanmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Ölçme aracı olarak Khan ve Su (2003) tarafından geliştirilen ECOSERV ölçeği kullanılmıştır. Bu amaç kapsamında araştırmanın yöntem bölümünde; örnekleme metodu, evren ve örneklem, veri toplama aracı, verilerin analizi ve araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği ve geçerliği ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Örneklem ve Katılımcılar

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki ekoturizm potansiyeline sahip önemli turizm merkezlerini ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın zorluğu nedeni ile evreni temsil edebilecek 320 tane anket 1 Haziran - 12 Temmuz tarihleri arasında uygulanmıştır. Anketlerden 252 tanesi değerlendirmeye alınmış, örnekleme metodu olarak tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yönteminin (Purposive Sampling) tercih edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Çalışmada Khan ve Su (2003) tarafından geliştirilen ECOSERV ölçeği kullanılmıştır. Khan ve Su (2003) tarafından yapılan araştırmada SERVQUAL'in hizmet kalitesi ölçümünde faydalı bir araç olmakla birlikte, yeni hizmet alanlarına göre revize edilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Araştırmacı, SERVQUAL'den de faydalanarak eko-turizm amaçlı seyahat edenlerin kalite beklentilerini ölçmek amacıyla ECOSERV adını verdikleri yeni bir ölçek geliştirmiştir. Bu ölçeğin geliştirilmesinde SERVQUAL'in geliştirilmesindeki süreç uygulanmış, SERVQUAL'deki Güven, Güvenilirlik, Duyarlılık, Empati ve Fiziksel Unsurlar boyutları aynen kullanılmış, Eko-Fiziksel Unsurlar boyutu da yeni boyutlar olarak belirlenmiştir. Yapılandırılan ankette toplam 29 önerme yer almaktadır. Ölçümde beşli Likert tipi ölçek (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum) kullanılmıştır. Anket, iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcılarla ilgili bilgiler (cinsiyet, yaş, medeni durum, aylık gelir, eğitim, tesis türü, geliş şekli); ikinci bölümde ise ECOSERV ölçek maddeleri yer almaktadır. Araştırmada kullanılan anketler ziyaretçiler tarafından bizzat doldurulmuş ya da yüz yüze görüşülerek doldurulması sağlanmıştır. Araştırmada 304 anket doldurulmuş, ancak 52'si eksik/hatalı doldurulduğu için uygulamaya dâhil edilmemiştir. Böylece geriye kullanılabilir toplam 252 anket kalmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada sırasıyla modelin değişkenleriyle ilgili güvenilirlik ve geçerlik analizleri yapılmış, temel belirleyici istatistiklerden (aritmetik ortalama ve standart sapma) faydalanılarak, ölçekte verilen ifadelerin düzeyleri belirlenmiştir. Ayrıca demografik değişkenlere göre gruplar arasında algılanan hizmet kalitesi boyutlarına göre farklılık bulunup bulunmadığına yönelik Mann-Whitney-U Testi ile Kruskal Wallis testleri yapılmıştır.

Ölçeklerin Güvenilirlikleri ve Geçerlilikleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için her bir ölçeğin güvenilirlik katsayısına (Cronbach Alpha) bakılmıştır. Ölçeği güvenilir olması için güvenilirlik katsayılarının en az 0,70 olması gerekmektedir (Ural ve Kılıç, 2006). Tablo 1'deki sonuçlar incelendiğinde, Güvenilirlik boyutlarının mükemmel derecede güvenilir olduğu, Fiziksel Unsurlar, Duyarlılık, Güven ve Eko-Fiziksel Unsurlar boyutlarının ise oldukça güvenilir bir orana sahip olduğu belirtilebilir. Ancak Empati boyutunun düşük güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Daha sonraki çalışmalarda araştırmacıların özellikle bu boyutta güvenilirliğini çok dikkatli test etmesi önerilmektedir.

Çalışmada kullanılan ölçeğin altı tane alt boyutu bulunmaktadır. Eko-Fizik boyutu en yüksek ortalamaya sahipken Empati boyutu ise en düşük ortalamaya sahiptir.

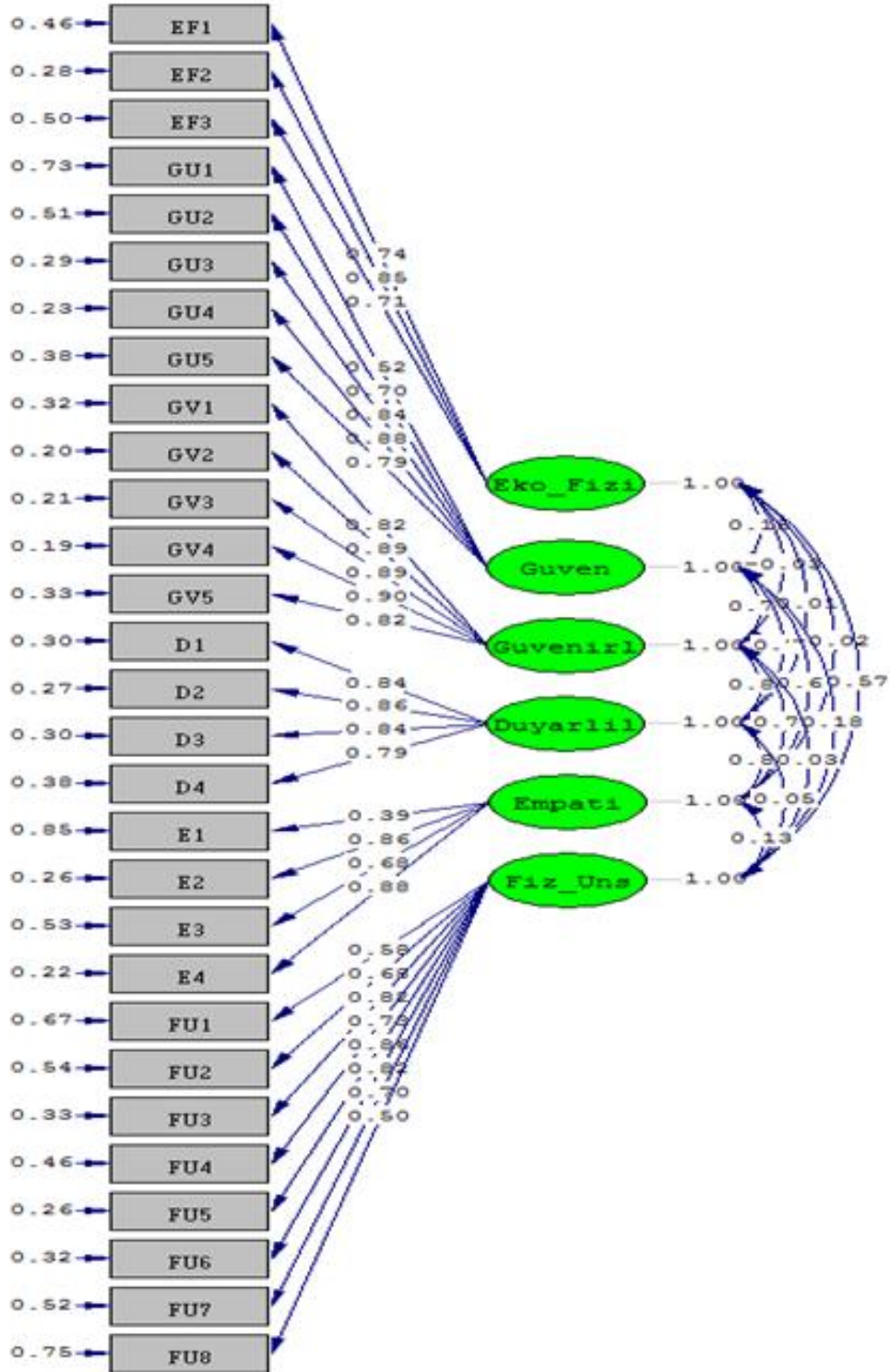
Tablo 2. Değişkenlerle İlgili Ortalama, standart sapma, güvenilirlik katsayıları

Değişkenler	ms ^a	ort ^b	ss ^c	medyan	α ^d
1 ^e	3	3,9312	,77741	4,0000	,807
2 ^e	5	3,7921	,75042	3,8000	,866
3 ^e	5	3,5016	1,02534	3,6000	,936
4 ^e	4	3,5159	,87872	3,5000	,898
5 ^e	4	3,4157	1,37387	3,5000	,574
6 ^e	8	3,7510	,88747	3,8750	,892

^aMadde Sayısı, ^bOrtalama, ^cStandart Sapma, ^dCronbach Alpha Katsayısı, ^e Boyutlar: 1- Eko Fiziksel Unsurlar, 2- Güven, 3- Güvenilirlik, 4- Duyarlılık, 5- Empati, 6- Fiziksel Unsurlar

Modelde yer alan ölçeklerin geçerliliğinin test edilmesi için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Boyutların geçerliliğini incelemek amacıyla yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, elde edilen diyagram Şekil 1'de, DFA ile elde edilen standartlaştırılmış faktör yükleri (λ_i), R2 ve t Değerleri Tablo 2'de, elde edilen uyum sonuçları ise Tablo 3'de verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, tüm uyum ölçütlerine göre ölçeklerde yer alan sorular kabul edilebilir ve iyi uyum sergileyerek ölçeklerin geçerliliği sağlanmıştır.

Şekil 3. Ölçeklere İlişkin Birinci Düzey Yol Diyagramı



Tablo 3: DFA ile Elde Edilen Standartlaştırılmış Faktör Yükleri (λ_i), R2 ve t Değerleri

Boyutlar	Maddeler	Std. Yükler	t	R ²
Eko-Fiziksel Unsurlar	S1	0.74	12.44	0.54
	S2	0.85	14.87	0.72
	S3	0.71	11.80	0.50
Güven	S4	0.52	8.50	0.27
	S5	0.70	12.30	0.49
	S6	0.84	16.07	0.71
	S7	0.88	17.14	0.77
	S8	0.79	14.44	0.62
Güvenilirlik	S9	0.82	15.81	0.68
	S10	0.89	17.98	0.80
	S11	0.89	17.97	0.79
	S12	0.90	18.24	0.81
	S13	0.82	15.62	0.67
Duyarlılık	S14	0.84	16.17	0.70
	S15	0.86	16.69	0.73
	S16	0.84	16.12	0.70
	S17	0.79	14.73	0.62
Empati	S18	0.39	6.11	0.15
	S19	0.86	16.59	0.74
	S20	0.69	11.88	0.47
	S21	0.88	17.16	0.78
Fiziksel Unsurlar	S22	0.58	9.67	0.33
	S23	0.68	11.86	0.46
	S24	0.82	15.50	0.67
	S25	0.73	13.19	0.54
	S26	0.86	16.73	0.74
	S27	0.82	15.61	0.68
	S28	0.70	12.23	0.48
	S29	0.50	8.07	0.25

Tablo 4: Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucu Madde Uyum Değerleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum (İU)	Kabul Edilebilir Uyum (KE)	Model	Uyum Durumu
χ^2	0-2sd	2sd-3sd	881.07	KE
sd	-	-	362	
χ^2/sd	0-2	2-3	2.433	KE
RMSEA	0-0.05	0.05-0.10	0.076	KE
SRMR	0-0.05	0.05-0.10	0.074	KE
NFI	0.95-1.00	0.90-0.95	0.94	KE
CFI	0.97-1.00	0.95-0.97	0.96	KE
GFI	0.95-1.00	0.90-0.95	0.81*	KE

*GFI değerinin $\geq 0,80$ olması kabul edilebilir bir uyum olduğunu gösterir (Bryne,2010)

Bulgular

Katılımcılar ile İlgili Demografik Bilgiler

Araştırmaya toplam 252 kişi katılmıştır. Katılımcılara ait demografik değişkenler Tablo 4’de verilmiştir. Katılımcıların %46,8’i kadın, %64,7’si bekar, %35,3’ü 26-33 yaş aralığında, %31,7’si 3001-5000 TL gelir seviyesine sahip, %46’sı lisans mezunu, %37,7’si kamping de konaklamakta, %87,3’ü ise kendi imkanlarıyla seyahatlerini organize etmektedirler.

Tablo 5: Katılımcılara Ait Demografik Değişkenler

Katılımcıların Demografik Özellikleri	Frekans	Oran	Katılımcıların Demografik Özellikleri	Frekans	Oran
Cinsiyet			Medeni Durum		
-Kadın	118	46,8	-Evli	89	35,3
-Erkek	134	53,2	-Bekar	163	64,7
Yaş			Aylık Gelir		
-18-25	57	22,6	-500 TL’den az	9	3,6
-26-33	89	35,3	-500-1000 TL	16	6,3
-34-41	60	23,8	-1001-1500 TL	31	12,3
-42-49	31	12,3	-1501-2000 TL	26	10,3
-50+	15	6,0	-2001-3000 TL	49	19,4
			-3001-5000 TL	80	31,7
			-5001 TL üstü	41	16,3
Eğitim			Tesis Türü		
- İlköğretim	11	4,4	-Otel	32	12,7
-Lise	49	19,4	-Tatil Köyü	52	20,6
- Ön Lisans	39	15,5	-Kamping	95	37,7
- Lisans	116	46,0	-Çiftlik/Köy Evi	16	6,3
- Lisansüstü	37	14,7	-Dağ Evi	8	3,2
			-Yayla Evi	49	19,4
			Geliş Şekli		
			-Kendi imkanlarıyla	220	87,3
			-Seyahat Acentası aracılığıyla	32	12,7

Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Testleri

Tablo 6. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Durum ve Geliş Şekli Göre Mann Whitney-U testi Sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet					Medeni Durum					Geliş Şekli				
	Erkek (n=134)		Kadın (n=118)		p	Evli (n=89)		Bekar (n=163)		p	Kendi İmkkanı (n=220)		Seyahat Acentası (n=32)		p
	Ort	SS	Ort	SS		Ort	SS	Ort	SS		Ort	SS	Ort	SS	
Eko Fizik	3.97	0.76	3.87	0.79	0.319	3.98	0.77	3.89	0.78	0.334	3.90	0.77	4.11	0.75	0.037*
Güven	3.79	0.74	3.79	0.75	0.856	3.77	0.81	3.80	0.71	0.869	3.75	0.76	4.09	0.60	0.020*
Güvenilirlik	3.46	1.01	3.54	1.04	0.429	3.50	1.08	3.49	0.99	0.794	3.48	1.06	3.69	0.70	0.579
Duyarlılık	3.46	0.90	3.57	0.84	0.483	3.57	0.88	3.48	0.87	0.361	3.50	0.92	3.62	0.38	0.403
Empati	3.35	0.99	3.48	1.70	0.891	3.51	0.97	3.36	1.54	0.039*	3.37	1.44	3.73	0.58	0.027*
Fiziksel Unsurlar	3.69	0.88	3.81	0.89	0.190	4.04	0.86	3.59	0.85	<0.001*	3.66	0.87	4.37	0.66	<0.001*

*: Gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı farklılığı gösterir ($p<0.05$), Test: *Mann Whitney-U testi*

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum ve geliş şekli ile Ecoserv Ölçeği boyutlarıyla ilgili farklılığın belirlenmesine yönelik Tablo 5’de verilen Mann Whitney-U testi sonuçlarına göre; medeni duruma göre empati ve fiziksel unsurlar boyutunda, geliş şekline göre eko-fizik, güven, empati ve fiziksel unsurlar boyutunda farklılık olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların Yaş Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Boyutlar	(a)18-25 (n=57)		(b)26-33 (n=89)		(c)34-41 (n=60)		(d)42-49 (n=31)		(e)50+ (n=15)		p	Çoklu Karşılaştırma
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS		
Eko Fizik	3.79	0.71	3.98	0.76	3.85	0.90	4.03	0.71	4.24	0.51	0.140	
Güven	3.73	0.83	3.83	0.73	3.78	0.80	3.85	0.56	3.65	0.69	0.783	
Güvenilirlik	3.53	0.91	3.52	1.10	3.46	1.11	3.47	0.94	3.44	0.77	0.904	
Duyarlılık	3.50	0.81	3.60	0.89	3.37	0.99	3.52	0.71	3.55	0.88	0.702	
Empati	3.30	0.96	3.50	1.89	3.16	1.08	3.58	0.81	3.96	0.60	0.042*	(c-e)
Fiziksel Unsurlar	3.41	0.90	3.77	0.85	3.73	0.90	3.98	0.85	4.46	0.38	<0.001*	(a-d)(a-e) (c-e) (b-e)

*: Gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı farklılığı gösterir ($p<0.05$), Test: *Kruskal Wallis testi*

Empati için yapılan ikili karşılaştırma testi sonucuna göre, 34-41 ile 50 yaş üzeri arasında farklılık vardır.

Fiziksel unsurlar için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, 18-25 ile 42-49 arasında, 18-25 ile 50 yaş üzeri arasında, 34-41 ile 50 yaş üzeri arasında, 26-33 ile 50 yaş üzeri arasında farklılık vardır.

Tablo 8. Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Boyutlar	(a) <500 (n=9)		(b) 500-1000 (n=16)		(c) 1001-1500 (n=31)		(d) 1501-2000 (n=26)		(e) 2001-3000 (n=49)		(f) 3001-5000 (n=80)		(g) >5001 (n=41)		p	Çoklu Karşılaştırma
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS		
Eko Fizik	3.77	0.68	3.68	0.58	3.69	0.93	3.84	0.94	3.98	0.73	4.07	0.67	3.94	0.82	0.201	
Güven	3.68	0.98	4.01	0.89	3.64	0.87	3.74	0.76	3.79	0.65	3.74	0.74	3.95	0.72	0.493	
Güvenilirlik	3.48	1.23	3.95	0.66	3.41	1.18	3.60	1.04	3.45	1.04	3.33	1.03	3.70	0.93	0.382	
Duyarlılık	3.44	0.82	3.76	0.81	3.49	1.05	3.54	0.90	3.49	0.89	3.38	0.86	3.71	0.74	0.582	
Empati	3.27	1.10	3.54	1.08	3.26	1.03	3.84	3.07	3.13	1.10	3.27	1.07	3.76	0.74	0.120	
Fiziksel Unsurlar	3.45	0.92	3.04	0.68	3.25	0.85	3.69	0.69	3.93	0.79	3.93	0.83	3.91	1.02	<0.001*	(b-g)(b-e) (b-f)(c-g) (c-e)(c-f)

*: Gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı farklılığı gösterir (p<0.05), Test: Kruskal Wallis testi

Fiziksel unsurlar için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, 500-1000 TL ile 5001 TL üstü arasında, 500-1000 TL ile 2001-3000 TL arasında, 500-1000 TL ile 3001-5000 TL arasında, 1001-1500 TL ile 5001 TL ve üstü arasında, 1001-1500 TL ile 2001-3000 TL arasında, 1001-1500 TL ile 3001-5000 TL arasında farklılık vardır.

Tablo 9. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Boyutlar	(a) İlköğretim (n=11)		(b) Lise (n=49)		(c) Ön Lisans (n=39)		(d) Lisans (n=116)		(e) Lisansüstü (n=37)		p	Çoklu Karşılaştırma
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS		
Eko Fizik	4.24	0.42	3.98	0.79	3.92	0.78	3.85	0.7	4.02	0.81	0.230	
Güven	3.72	0.88	3.74	0.81	3.80	0.70	3.80	0.75	3.82	0.67	0.982	
Güvenilirlik	3.25	1.05	3.33	1.09	3.40	1.06	3.63	0.91	3.49	1.17	0.449	
Duyarlılık	2.88	0.72	3.50	0.88	3.39	1.02	3.65	0.76	3.39	0.99	0.074	
Empati	3.04	1.18	3.25	1.03	3.39	1.11	3.56	1.63	3.29	1.14	0.845	
Fiziksel Unsurlar	4.35	0.35	3.94	0.91	3.97	0.70	3.49	0.92	3.87	0.80	<0.001*	(d-b) (d-a)

*: Gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı farklılığı gösterir (p<0.05), Test: Kruskal Wallis testi

Fiziksel unsurlar için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, lisans ile lise ve ilköğretim arasında farklılık vardır.

Tablo 10. Katılımcıların Konakladıkları Tesis Durumuna Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Boyutlar	(a)Otel (n=32)		(b)Tatil Köyü (n=52)		(c)Kamping (n=95)		(d)Çiftlik/Köy Evi (n=16)		(e)Dağ Evi (n=8)		(f)Yayla Evi (n=49)		p	Çoklu Karşılaştırma
	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS	Ort	SS		
Eko Fizik	3.68	0.72	3.98	0.73	3.85	0.85	3.97	0.58	3.66	0.30	4.20	0.74	0.003*	(a-f)
Güven	4.10	0.76	4.11	0.70	3.48	0.80	3.97	0.46	3.92	0.47	3.76	0.53	<0.001*	(c-a)(c-b)
Güvenilirlik	3.91	0.66	4.09	0.75	2.97	1.18	3.81	0.79	4.07	0.87	3.44	0.65	<0.001*	(c-a)(c-b)(f-b)
Duyarlılık	3.75	0.59	3.99	0.79	3.07	0.98	3.71	0.62	3.68	0.69	3.62	0.59	<0.001*	(c-a)(c-b)(c-f)
Empati	3.54	0.78	3.87	2.23	2.84	1.12	3.42	0.71	3.56	1.00	3.92	0.48	<0.001*	(c-b)(c-f)
Fiziksel Unsurlar	3.81	1.06	3.40	0.74	3.63	0.86	3.82	0.95	3.07	0.64	4.38	0.58	<0.001*	(f-e)(f-b) (f-c)(f-a)

*: Gruplar arası istatistiksel olarak anlamlı farklılığı gösterir ($p < 0.05$), Test: Kruskal Wallis testi

Eko-fiziksel unsurlar için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, otel ve yayla evi arasında farklılık vardır.

Güven için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, kamping ile otel ve tatil köyü arasında farklılık vardır.

Güvenilirlik için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, kamping ile otel ve tatil köyü, yayla evi ile tatil köyü arasında farklılık vardır.

Duyarlılık için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, kamping ile otel, tatil köyü ve yayla evi arasında farklılık vardır.

Empati için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, kamping ile tatil köyü ve yayla evi arasında farklılık vardır.

Fiziksel Unsurlar için yapılan ikili karşılaştırma testi sonuçlarına göre, yayla evi ile dağ evi, tatil köyü, kamping ve otel arasında farklılık vardır.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmanın sonucunda, ekoturizm bölgelerindeki yerli turistlerin üçte ikisinden fazlasının(%76,2) bir yükseköğretim kurumundan mezun olduğu, dolayısıyla eğitilmiş bir kitleden oldukları çıkarımı yapılabilir. Cinsiyete dayalı bir çıkarsama yapmak gerekirse, katılımcıların cinsiyet dağılımının hemen hemen eşit oranda olması dikkat çeken bir husustur. Katılımcıların yaklaşık %70'i genç kitleden oluşmaktadır. Katılımcıların üçte birinden fazlasının bekâr olması aynı şekilde dikkat çeken bir unsurdur. Eğitim durumlarına bakıldığında, katılımcıların bilinçli bir kitleden oluştuğu gözlenmektedir.

Ekoturizm bölgelerindeki tesisler, sadece sözde değil, özünde çevre dostu olmalı, işin ruhunu içtenlikle yansıtmalıdır. 'Müşterilere özel ilgi gösterilmektedir'(0,39) , 'Tesis Ortamı Temizdir'(0,50) ve 'Aldığım hizmet esnasında kendimi güvende hissedirim'(0,52) maddeleri en düşük seviyede kalmıştır. Aynı zamanda, çalışma sonuçları, sağlık ve hijyen hususunun ekoturistik tesislerde

pek fazla önemsenmediğini göstermektedir. Bu bağlamda, ekoturistik tesislerin bu konuyu göz önünde bulundurması ve temizlik, hijyen gibi konuların üzerine eğilmesi gerekmektedir. Türkiye’de, bilinçsiz ve sorumsuz yapılaşmanın bir sonucu olarak ortaya çıkan betonlaşma tehlikesinin turizm sektörü gibi kırılgan bir sektörü de etkilemesi kaçınılmazdır. Bu önemle, eko-turistik tesislere, yapılara en çok ihtiyaç duyduğumuz şu günlerde hem yerel yönetimlerin, hem yasaların bu yönde şekillenmesi gerekmekte; bununla kalınmayıp, bu tesislerin özellikle denetlenmesi gerekmektedir. Zira natüralist hizmet sunumu ile kirli, salaş ve sağlıksız koşullarda özensiz hizmet sunmak, birbirinden farklı kavramlardır ve özellikle de çevreye duyarlı tesislerin bu hususu göz önüne alması gerekmektedir. Bu kanalda hizmet sunan işletmelerde ikinci göze çarpan ve üzerinde durulması gereken husus güvenlik konusudur ki, çoğu zaman doğayla iç içe olan bu tesislerde ışıklandırma, tesis güvenliği, vahşi yaşamdan gelebilecek tehlikelere yönelik önlemlerin ya hiç alınmadığını ya da çok kısıtlı olduğu görülmektedir. Bu çerçevede, eko-turistik tesislere yönelik talebin artırılması adına, bütün paydaşlar tarafından bu hususların dikkate alınarak gerekli denetimlerin gerçekleştirilmesi elzemdir. Ancak bu şekilde çevreye duyarlı işletmelerin sayısı artırılabilir.

Kaynakça

Ab. Aziz, M.N, Aziz, A., Isa, S.S. & Ismail, H. (2015). *Ecoserv Model for Assessing Perceived Service Quality in Private Outdoor Recreation Programs*. Adventure and Ecotourism in Malaysia içinde, Edition: 1, Chapter: 6. Universiti Putra Malaysia. s.70-78

American Marketing Association. AMA Dictionary. (<http://www.marketing-dictionary.org/Services> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 15.06.2017).

Bruner, J.S. (1957). On Perceptual Readiness. *Psychological Review* 64, s. 123–152.

Bryne, B. M. (2010). *Testing For The Factorial Validity of a Theoretical Construct. Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Applications and Programming*, Routledge, New York, 74-82.

Caceres, R.C. & Paparoidamis, N.G.(2007). Service Quality, Relationship Satisfaction, Trust, Commitment And Business-To-Business Loyalty. *European Journal of Marketing*. 41(7/8). s. 836-867.

Cherdchamadol, P. & Sriboonjit, J. (2013). *The Factors Influencing Customer Satisfaction with Chain Budget Hotels in Bangkok*. 20th Annual European Real Estate Society Conference İçinde. ERES: Conference. Vienna, Austria.

Crosby, P.B. (1979). *Quality is Free*, New York: McGraw-Hill.

Grönroos, C. (1984), A Service Quality Model And Its Marketing Implications, *European Journal of Marketing*, 18(4), s. 36-44.

Grönroos, C. (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards A Paradigm Shift in Marketing. *Management Decision*, 32(2), s. 4-20.

Gürbüz, E. & Ergülen, A. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Grönroos Modeli Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 35. s. 173-190.

Khan, M. (2003). Ecoserv: Ecotourists' Quality Expectations. *Annals of Tourism Research*, 30(1), s. 109-124.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Millenium Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Kwayanti, V. (2016). Pengaruh Ecoserv Terhadap Destinaton Image Di Ekowisata Mangrove Wonorejo. University of Surabaya. Faculty of Business and Economic, Department of Management. Unpublished Undergraduate Thesis.

Liu, C-H., Hong, C.Y., & Li, J.F. (2013). *The Determinants of Ecotourism Behavioral Intentions*.

Mackay, K.J., & Crompton, J.L. (1988). A Conceptual Model of Consumer Evaluation of Recreation Service Quality. *Leisure Studies* 7. s. 41-49.

Mackay, K.J., & Crompton, J.L. (1990). Measuring the Quality of Recreation Services. *Journal of Park and Recreation Administration*. 8(3). s. 47-56.

Mohd Ariffin, A. A., Maghzi, A. and Aziz, A. N. (2011). Understanding hotel hospitality and differences between local and foreign guests. *International Review of Business Research Papers*, 7(1), s. 340-349.

Noorazlan, M., Aziz, A., & Isa, S.S. (2015). Pilot Study on Participation in Outdoor Recreation Program Determine Perceived Service Quality in Ecotourism Services Among Tourists. *International Journal of Administration and Governance*. 1(4). s. 128-133.

Oliver, R L (1981) Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings. *Journal of Retailing* 57 Fall. s. 25-48

Oliver, R.L. (1997). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.

Olson, J.C., & Dover, P.A. (1979). Disconfirmation of Consumer Expectations Through Product Trial. *Journal of Applied Psychology* 64, s. 179–189.

Parasuraman, A, Zeithaml, V A and Berry L L (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality' *Journal of Retailing* 64 (1), s. 14-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), s. 41-50.

Sapari, M. S., Shuib, A., Ramachandran, S. & Afandi, S.H.M. (2013). Visitors' Satisfaction Towards Service and Facilities in Kilim Karst Geoforest Park, Langkawi. *Journal of Applied Economics and Business*. 1(4), s. 25-42.

Sapari, M. S., Shuib, A., Ramachandran, S., & Herman, S., (2012). Analysis of Tourist Satisfaction Models. The First Annual Psu Phuket International Conference 2012. s. 1-10.

Sunarti, & Hartini, S. (2015). The Influence of Functional Destinations Image and Psychological Destinations Image Toward the Behavioral Intentions on Ecotourism of Foreign Tourists in Lombok. *International Review of Management and Business Research*. 4(3), s. 621-632.

Tefera, O & Govender, K. (2016). From SERVQUAL to HOTSPERF: Towards the Development and Validation of an Alternate Hotel Service Quality Measurement Instrument. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 5(4).

Tribe, J. & Snaith, T. (1998). From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba, *Tourism Management*. 19(1), s. 25-34.

Ural, A. ve Kılıç, O. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.

Uslu, A., Akay, B., & Ünal, A. (2013). Hizmet Kalitesinin Ekoserv Yöntemi İle Ölçülmesi: Fethiye Kelebekler Vadisinde Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 10(1), s. 53-70.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* 52(Summer), s. 2-22.