

## ÖZET

Hizmet sektörünün gelmiş olduğu son dönemde firmalar müşterilerin memnuniyetini sağlamak amacıyla hizmet kalitesi algısını benimseyerek, kalite hizmet sunmayı vizyonları haline getirmişlerdir. Sektördeki rekabet koşulları ve tüketicilerin her geçen gün bilinçlenmesi sebebiyle firmaların hizmet kalitesi müşterilerin tatmin duygusuna paralel olarak yükselmektedir. Yükselen bu hizmet kalitesini standart hale gelmesi ve hizmet kalitesinin bu standardın altına düşmemesi için periyodik olarak hizmet kalitesinin ölçülmesi gerekmektedir.

Günümüz koşullarında hizmet sektörü içinde yer alan her firma gibi hava taşımacılığı hizmeti veren havayolu firmalarının da kaliteli hizmet vermesi gerekmektedir. Firmaların hizmet kalitesini tanımlaması, belirli aralıklarla düzenli olarak ölçmesi ve değerlendirmesi sektördeki rekabetin bir parçası olabilmesi için bir zorunluluk haline gelmiştir. Çünkü hizmet sunan firmaların başarısı müşterilerin memnuniyet ölçüsüyle doğru orantılıdır.

Çalışmamın ilk bölümünde hizmetin genel özelliklerinden başlayarak, sınıflandırılmasından, hizmetin kendine has yapısından ve bu yapının hizmet sektöründe nasıl şekillendiğinden bahsedilmiş, kalite kavramı, hizmet kalitesi, algılanan ve beklenen hizmet kalitesi geniş bir biçimde incelenerek hizmet kalitesini oluşturan tüm detaylar anlatılmıştır. İkinci bölümünde ise hizmet kalitesi ölçüm modelleri detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Üçüncü bölümde ise araştırmanın metodu, araştırma yapılan örneklem grubu, verilerin ne şekilde elde edildiği ve havayolu firması yolcularına uygulanmış olan anketin özellikleri hakkında bilgiler verilmiştir. Çalışmamın son kısmında ise Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirmiş olan “Servqual Hizmet Kalitesi Ölçüm Modeli” kullanılmış ve havayolu sektöründe hizmet veren bir firmanın yolcularına uygulanmıştır.

## **ABSTRACT**

At the point that the service sector has reached in the last period, companies have adopted the perception of service quality in order to ensure the satisfaction of the customers and have made it their vision to provide high-quality service. Due to the competitive conditions in the sector and awareness of consumers increasing with each passing day, the service quality of the companies increases in parallel with the satisfaction of the customers. In order for this increased service quality to become a standard and the quality of service not to fall below this standard, the service quality should be measured periodically.

Like every company, present in the service sector in today's conditions, airline companies providing air transportation services should also offer high-quality services. Defining service quality and its measurement and evaluation at regular intervals have become a necessity for the companies to be a part of the competition in the sector. Because the success of the companies offering services is directly proportional to the satisfaction of the customers.

In the first part of the study, firstly the general characteristics of the service, its classification, its specific structure and the shaping of this structure in the service sector are mentioned. The concept of quality, service quality, perceived and expected service quality are examined extensively and all details that constitute the service quality are justified. And in the second part, service quality measurement models are explained in detail. And in the third part, information on the methodology of the research, the target sample studied, how the data was collected and the characteristics of the questionnaire used to interview the passengers of the airline company are given. In the last part of the study; "Servqual Quality Measurement Model" which is developed by Parasuraman, Zeithaml and Berry was used and it was applied to the passengers of a company serving in the airline industry.