

MOBİL BANKACILIK E-HİZMET KALİTESİNİN KULLANICILAR TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: KUVEYT TÜRK ÖRNEĞİ

Ali Ulvi İŞLER¹

Özet

Ülke ekonomilerinde hizmet sektörlerinin payının giderek artması, hizmetlerde de kalite değerlendirme çalışmalarının yapılması ihtiyacını doğurmuştur. 1990'larda başlayan internet bankacılığının hem bankalara hem de müşterilere birçok avantaj sunması, bu kanalın giderek gelişmesini sağlamış ve birçok bankacılık hizmeti internet bankacılığı ile yapılabile hale gelmiştir. 2010'lu yıllarda ise mobil cihazların yaygınlaşması ile mobil bankacılığın kullanım oranı hızla yükselmeye başlamıştır. Bu nedenle, bankacılık sektöründe önemli bir dağıtım kanalı haline gelen ve kullanımı giderek artan mobil bankacılık kanalı üzerinde hizmet kalitesi çalışmalarının yapılması ihtiyacı doğmuştur. Bu çalışma ile kullanıcıların mobil bankacılık e-hizmet kalitesi konusundaki düşünceleri ölçülmeye çalışılmıştır. Uygulama çalışması ise, Kuveyt Türk Katılım Bankası Mobil Bankacılık kullanıcıları üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonuçları bankanın sunduğu elektronik bankacılık hizmetinin kullanıcıları tarafından nasıl algılandığını göstermesinin yanı sıra, kullanıcıların bu hizmetlerden neler beklediğini de ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Mobil Bankacılık, SERVQUAL.

JEL Kodları: M3, M15, G21

USERS EVALUATIONS ABOUT E-SERVICE QUALITY OF MOBILE BANKING: KUWEYT TURK SAMPLE

Abstract

After rising the proportion of services sector in the economies of the countries, the need for quality measurement studies in services increased. Because internet banking, that began in 90's, has a lot of advantages for banks and customers, it developed rapidly and a lot of banking services could be done in this new distribution channel. With the spread of mobile devices, the utilization of mobile banking in the 2010's began to rise rapidly. So, it is a requirement to measure of service qualities for mobile banking distribution channel. In this study, it was tried to understand users thoughts about service quality in mobile banking area. Practice study was done in mobile banking users of Kuweyt Turk Participation Bank. Study results show that how the electronic banking services are perceived by users and what users expect from mobile banking services.

Keywords: Service Quality, Mobile Banking, SERVQUAL.

Jel Codes: M3, M15, G21

1. Kuramsal Çerçeve

¹ Doktora Öğrencisi, Gebze Teknik Üniversitesi, aliulvi05@yahoo.com

1.1. Giriş

İnternetin yaygınlaşması ile birlikte bankacılık sektöründe geleneksel şube dağıtım kanalına alternatif olarak internet bankacılığı kanalı, müşterilere büyük kolaylık sunduğundan dolayı hızla yaygınlaşmıştır. 2010'lu yıllarda ise mobil cihazların yaygınlaşması ile mobil bankacılığın kullanım oranı hızla yükselmeye başlamıştır. Bu nedenle bankaların sunduğu mobil bankacılık hizmet kanalı için de hizmet kalitesi ölçümleri yapılması ihtiyacı doğmuştur.

Günümüzde bankacılık endüstrisi, dünyadaki en dinamik hizmet endüstrilerinden bir tanesidir. Bu yüzden internetin bankacılık operasyonlarına hızlı bir şekilde girişi şaşırtıcı değildir. Bankalar, bu hızlı büyüyen ve rekabetçi çevrede, pazarlama kanallarına interneti dahil etmeye başlamışlardır. Bu bütünleşmenin bankalar arası ve bankaların müşterileri arasındaki etkileşimi değiştirdiğine inanılmaktadır. Bazı bankalar bu fırsatı müşterileri ile ilişkilerini başlatmak ve geliştirmek için kullanırken, bazıları da detaylı müşteri veritabanları geliştirmeyi ve doğrudan ve ilişiksel pazarlamayı uygulamayı hedeflemiştir (Akıncı, 2006: 132). Mobil bankacılık, bilgisayar ortamında müşterilerin kullanımına sunulan internet bankacılığı uygulamalarının, mobil cihazlarda da müşterilerin kullanımına sunulmasıyla doğmuştur. Bu nedenle mobil bankacılığın, internet bankacılığının devamı olduğu söylenebilir. 2010'lu yılların başından itibaren kullanımı yaygınlaşmaya başlayan mobil bankacılık alanında hizmet kalitesi konulu bilimsel çalışmalar da yapılmaya başlanmıştır.

Literatürde hizmet kalitesini ölçmek üzere geliştirilen çok sayıda yöntem bulunmaktadır, bunlar arasında en yaygın kullanılan yöntem "SERVQUAL Yöntemi"dir. Bu çalışmada Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın sunduğu mobil bankacılık uygulamasının e-hizmet kalitesinin kullanıcıları tarafından nasıl değerlendirildiği araştırılmış ve bunun için SERVQUAL yönteminden yararlanılmıştır. Böylelikle kullanıcıların, bu uygulamaların hizmet kalitesinin çeşitli boyutlarıyla ilgili tatmin düzeyleri araştırılmış, elde edilen verilerle Kuveyt Türk Katılım Bankası Mobil Şubesi'nin hizmet kalitesine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

1.2. Literatür

2006 yılında yapılan bir çalışmada, akademisyenler ve firmalardan oluşan iki ayrı örneklem grubundan 2017 ve 298 adet anket elde edilmiştir. Çalışmada SERVQUAL modeli kullanılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, tüketicilerden oluşan örnekleme gerçekleştirilen elektronik hizmet kalitesi ile algılanan değer arasındaki regresyon modelinin sonuçlarına göre, algılanan değeri sırasıyla en fazla etkinlik, işlemi gerçekleştirme, gizlilik ve sistem uygunluğunun etkilediği görülmüştür (Akıncı, 2006: 231).

2009 yılında yapılan bir çalışmada 382 kişiye anket yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, Serkan Akıncı'nın çalışmasıyla aynı doğrultuda, algılanan değeri sırasıyla en fazla etkinlik, işlemi gerçekleştirme, gizlilik ve sistem uygunluğunun etkilediği görülmüştür. E-S-Qual modelinin Türkiye için geçerli bir model olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Teuman, 2009: 75).

2014 yılında Ordu'da yapılan bir çalışmada bireysel mobil bankacılık kullanıcılarının bankaların hizmet kalitesini ölçmek için 519 kişiye anket yapılmıştır. E- tatmin üzerinde en etkili

faktörler sırasıyla dizayn/tasarım, yeterlilik, yerine getirme, erişilebilirlik ve müşteri hizmetleri olarak bulunmuştur. Diğer taraftan gizlilik/güvenlik faktörünün e-tatmin üzerinde etkisi bulunamamıştır. E-güven faktörü üzerinde en etkili faktörler ise sırasıyla, dizayn/tasarım, yerine getirme, gizlilik/güvenlik ve yeterlilik şeklinde sıralanmıştır. Müşteri hizmetleri ve erişilebilirlik boyutunun ise e- güven üzerinde herhangi bir etkisi tespit edilememiştir (Karadirek, 2014:119).

1.3. Hizmet Sektörü

Hizmet, mutlak olmasa da doğal olarak az ya da çok dokunulmaz (soyut) bir yapısı olan, müşteri ile hizmet personeli veya hizmeti sağlayanın fiziksel kaynakları, malları veya sistemleri arasındaki etkileşim anında oluşan ve müşteri problemlerine çözüm olarak sağlanan bir faaliyet ya da faaliyet dizisidir (Grönroos,1990: 27). Hizmetler; hareketler, süreçler ve performanslardır (Zeithaml, vd.2000: 15). Hizmet, bir tarafın diğerine sunduğu aslında soyut olan ve herhangi bir şeyin mülkiyetiyle sonuçlanmayan iş ya da başarımlardır (Kotler, 2003: 444).

Hizmet sektörleri dünyadaki ülkelerin neredeyse tamamında büyümektedir. Bu trend hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde görülmektedir. Hizmet sektörünün dünyada hızla büyümesi neticesinde hemen hemen bütün gelişmiş ülkelerde yeni meslekler hizmet sektöründen çıkmaktadır. Hizmet meslekleri sadece düşük ücretli işler değildir; birçok yeni hizmet meslekleri yüksek ücretli işler olup iyi eğitim ve nitelikler gerektirmektedir (Lovelock, 2009: 7).

1.4. Bankacılık Sektörü

Toplumu oluşturan geniş kitlelerden mevduat ve benzeri yollarla kaynak toplayan, topladığı kaynakları kredi gibi mali işlemlerde kullanan ve ekonomide kaydi para yaratan finansal kurumlar olarak tanımlayabileceğimiz bankaların fonksiyonları şunlardır (Babuşcu, 2001: 7):

- Finansal aracılık,
- Dış ticareti fonlama ve ihracatı teşvik,
- Kaynakların etkin kullanımını sağlama,
- Gelir ve servet dağılımını etkileme,
- Kaydi para yaratma,
- Para ve maliye politikalarının yürütülmesine yardımcı olma.

1.5. Bankacılıkta Yeni Trend: Mobil Bankacılık

Mobil bankacılık, müşterinin bir mobil cihaz (mesela bir cep telefonu) veya cep bilgisayarı (PDA) aracılığıyla bir banka ile iletişim kurduğu bir kanaldır. Kablosuz teknolojideki ilerlemeler mobil telefon kullanıcılarının sayısını artırmış ve bu cihazların kullanımı ile yapılabilen ticari işlemlerin hızla gelişmesine imkan vermiştir. Kablosuz teknoloji ve mobil cihazların yaygın kullanımı, iletişimde, işlemlerde, alışverişlerde ve ticarete çok büyük iş

fırsatlarının doğmasını sağlamıştır. Yüksek veri aktarım hızı ve daima online olan teknoloji, mobil cihazların çok yüksek miktarlardaki bilgi ve hizmetlere gerçek zamanlı olarak ulaşmasına ve bilgi alıp göndermesine imkan verecektir (Singh, Srivastava ve Srivastava, 2010: 55). Mobil bankacılık, elektronik bankacılığın bir alt kümesi olarak tanımlanmıştır (Suaranta ve Mattila, 2003: 355).

Mobil finansal hizmetler konusunda toplumda artan oranda bir olumlu algı oluşmuştur. Bunun sebepleri temel olarak şu faktörlere dayanmaktadır (Khraim vd., 2011:97):

- 1- Toplumda mobil telefon kullanımı oldukça yükselmiştir.
- 2- Dünya ekonomilerinin entegrasyonu mobillği artırmış, böylece mobil hizmetler lüks değil fakat çoğu insan için bir zorunluluk haline gelmiştir.
- 3- Toplumdaki genç jenerasyon, modern bilgi ve iletişim hizmetleri konusunda hayranlık duymaktadır.
- 4- Mobil cihazlar çok güçlü olmaya başlamıştır. Veri iletimi, sektörde yeni standartların uygulamaya konmasıyla daha hızlı olmaya başlamıştır.

Türkiye’de mobil bankacılık kullanımı da son yıllarda hızla yükselmiştir. Türkiye Bankalar Birliği’nin (TBB) yayınladığı istatistiklere göre Türkiye’deki mobil bankacılık kullanıcı sayılarının değişimi Tablo 1’de görülmektedir:

Tablo 1. Türkiye’de Mobil Bankacılığı Kullanan Müşteri Sayısı*

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015
Aktif (A) Müşteri Sayısı (bin kişi) **	446	1.376	3.227	6.711	12.164
Kayıtlı (B) Müşteri Sayısı (bin kişi) ***	1.274	2.500	5.372	10.753	19.012
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı	% 35,01	% 55,04	% 60,07	% 62,41	% 63,98

* Bireysel ve kurumsal müşteri toplamı ** son 3 ayda 1 kez login olmuş *** en az 1 kez login olmuş

Kaynak: www.tbb.org.tr (2016).

Mobil bankacılık işlemi yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez giriş işlemi yapmış müşteri sayısı Aralık 2015 itibarıyla 19 milyon 12 bin kişiye ulaşmıştır. Bunların 12 milyon 164 bini (% 64’ü) Ekim-Aralık 2015 dönemi içerisinde en az bir kez giriş işlemi yapmıştır. Mobil bankacılığı kullanan müşteri sayısının son 5 yılda her sene % 100 civarında arttığı görülmektedir. Mobil bankacılıktaki aktif müşteri oranının (% 64) da oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Ekim-Aralık 2015 döneminde mobil bankacılık ile gerçekleştirilen 5 milyon 124 bin adet yatırım işleminin hacmi yaklaşık 48,9 milyar TL olmuştur. Ekim-Aralık 2015 dönemi itibariyle, mobil bankacılık hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri dışındaki finansal işlemlerin toplam adedi 65 milyon, tutarı ise 66 milyar TL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri, yatırım işlemleri dışındaki finansal işlem hacminin yüzde 68'ini oluşturmuştur (www.tbb.org.tr, 2016).

Tablo 2. Türkiye’de Mobil Bankacılık İle Yapılan Finansal İşlemler

İşlemler	1 Ekim 2015 – 31 Aralık 2015 Tarihleri Arasında	
	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyon TL)
Para Transferleri	19.743	45.242
Ödemeler	30.258	4.133
Yatırım İşlemleri	5.124	48.855
Kredi Kartı İşlemleri	12.354	10.351
Diğer Finansal İşlemler	2.564	6.422
Toplam	70.043	115.003

Kaynak: www.tbb.org.tr (2016).

2. Mobil Bankacılık E-Hizmet Kalitesinin Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi: Kuveyt Türk Örneği

2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın ana amacı, kullanıcılarının Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet kalitesi hakkındaki değerlendirmelerinin incelenmesidir. Diğer amaçları ise kullanıcıların demografik özellikleri dikkate alınarak bu şubenin sunduğu hizmet kalitesi hakkındaki değerlendirmelerinde farklılıklar olup olmadığını tespit etmektir.

2.2. Araştırmanın Yapıldığı Yer Ve Özellikler

Bu çalışma açıklayıcı özellik gösteren nicel bir araştırma türü olup uygulamalı olarak yapılmıştır. Araştırma, Kuveyt Türk Katılım Bankası'nın İstanbul'da bulunan 7 şubesinde mobil bankacılık kullanıcılarına yönelik anket çalışması şeklinde gerçekleştirilmiştir.

2.3. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütlesi, araştırmanın yapıldığı dönemde İstanbul şehir merkezinde bulunan Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcılarının tamamından oluşmaktadır. Ancak İstanbul şehir merkezinde bulunan Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcılarını kapsayan geniş bir ana kütle üzerinde çalışma yapmak oldukça zor ve maliyetli olduğundan araştırmanın ana külesini iyi temsil edebilecek şekilde bir örneklem oluşturulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada ihtimalsiz örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme; hem ucuz, hem de düşük maliyetlidir. Görüşmeciyi, gözüne kestirdiği ya da uygun gördüğü kişiye anketi doldurmasını teklif eder (Nakip, 2006:204). Örnekleme alınmasında örneklemin alındığı evreni temsil etmesi önemlidir. Bu durumda ne kadar, hangi büyüklükteki bir örneklemin evreni temsil edebileceği sorunu ortaya çıkmaktadır. Alınan örneklemin evreni temsil yeterliği bulunmadığında örnekleme hatası olur (Young, 1968:324). Araştırmanın anakütlesi, İstanbul şehir merkezinde bulunan Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcıları olarak belirlenirse örnekleme büyüklüğü Tablo 3'e göre şu şekilde olmaktadır.

Tablo 3. 0,05 Anlamlılık Düzeyi İçin 0,03, 0,05 ve 0,10 Örnekleme Hatalarına Göre Örnekleme Büyüklüğü

Evren Büyüklüğü	0,03 Örnekleme Hatası			0,05 Örnekleme Hatası			0,10 Örnekleme Hatası		
	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7	p=0,5 q=0,5	p=0,8 q=0,2	p=0,3 q=0,7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1.000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2.500	748	537	660	333	224	286	93	60	78
5.000	880	601	760	357	234	303	94	61	79
10.000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25.000	1023	665	865	378	244	319	96	61	81
50.000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100.000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1.000.000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
100 milyon	1067	683	896	384	246	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004: 50)

Tablo 3'deki bilgiler ışığında, İstanbul şehir merkezinde bulunan Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcılarının sayısının 10.000'den fazla olduğu varsayımına göre, örnekleme büyüklüğünün, 0,05 örnekleme hatası ile 384, 0,10 örnekleme hatası ile 96 kişi olabileceği görülmektedir. Araştırmamızda örnekleme hacmi olarak 100 kişi seçilmiştir. Bu sayının örnekleme hatası olarak %10 civarında hata payına sahip olduğu ifade edilebilir.

Örnekleme, İstanbul'da bulunan Kuveyt Türk şubelerinden 7 adet şubede² bulunan 100 adet Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcılarından oluşmaktadır. Bu şubeler, şehir merkezinde ve kolay ulaşılabilir olmalarından dolayı tercih edilmiştir. Anket formu uygulaması yüz yüze yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin daha hızlı elde edilmesi ve güvenilir olması amacıyla anketler, ilgili şubede cevaplayıcılara dağıtılıp hemen ardından toplanmıştır.

2.4. Anket Formunun Oluşturulması

Araştırmanın uygulama kısmında kullanılacak olan veriler, anket çalışması ile elde edilmiştir. Anket formu hazırlanırken konuyla ilgili daha önceden yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır.

Dünyada hizmet kalitesi ölçümleri konusunda en çok kullanılan ölçeklerden biri olan SERVQUAL ölçeği, bu ölçeğin literatüre girmesini sağlayan Parasuraman, Zeithaml ve Malhotra tarafından elektronik hizmet kalitesi ölçümlerine 2004 yılında uyarlanmıştır. E-S-Qual adı verilen bu çalışmada kullanılan elektronik hizmet kalitesi ölçeği, bu alanda daha sonra yapılan çalışmalara da ışık tutmuştur. Türkiye'de internet bankacılığı hizmet kalitesi alanında 2006 yılında bir doktora tezi çalışması yapan Serkan Akıncı da bu ölçekten geniş ölçüde yararlanmıştır (Akıncı, 2006: 45). Bu çalışmamızda anket formunda bulunan ifadeler de ağırlıklı olarak bu çalışmadan alınmıştır. Ayrıca bu alanda çalışmalar yapan Michel Rod vd. (2009) ve Po Young Chu vd. (2012) adlı araştırmacıların çalışmalarından da yararlanılmıştır.

Cevaplayıcıların bu ifadelere katılma düzeylerini (1- Hiç Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum) 5'li Likert ölçeğine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Elde edilen anketlere Yüzde Analizi ve Frekans Analizi yapılmış ve grupların ifadelere verdikleri cevapların sayısı ve ortalaması elde edilmiştir. Güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra yapılan Faktör Analizi ile çok sayıdaki ifade az sayıdaki faktörlere çevrilmiştir. Daha sonra MANOVA testleri ile grupların bu faktörlere katılma durumları arasında farklılık olup olmadığı araştırılmıştır.

2.5. Anketin Güvenilirliği

Tablo 4'te anket formunda kullanılan değişken setinin güvenilirlik analizi sonucu görülmektedir. Cronbach's Alpha Katsayısının % 81-100 aralığında çıkması, ölçeğin çok güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Anket Formunda Kullanılan Değişken Setinin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

² Erenköy, Hasanpaşa, İçerenköy, İmes, Kavacık, Küçükbakkalköy, Sancaktepe, Tavukçuyolu ve Ümraniye şubeleri.

Anket Formu	Değişken Sayısı	Cronbach's Alpha Katsayısı
Mobil Bankacılık	20 adet	0,887

2.6. Araştırmanın Analizi

Uygulama sonucunda elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) paket programının 20.0 sürümüyle çözümlenmiştir. Anket yoluyla elde edilen verilere Yüzde Analizi ve en sık yapılan işlemlerin önem derecesine göre sıralandığı Mertebeli Dereceleme Yöntemi uygulanmıştır. Daha sonra ifadelere Faktör Analizi uygulanmıştır. Faktör Analizi ile çok sayıdaki değişken, az sayıda faktör ile ifade edilebilir duruma getirilmiştir. Belirlenen bu faktörlere T Testi uygulanarak, farklı grupların aralarında anlamlı bir fark olup olmadığı ölçülmüştür. T Testi ile farklı yaş grubundaki, farklı kullanım süreleri olan ve farklı cihaza sahip kullanıcıların yargıları karşılaştırılmıştır.

2.6.1. Araştırmaya Katılan Kuveyt Türk Mobil Şubesi Kullanıcılarının Demografik Bilgileri

Araştırmaya katılan Kuveyt Türk Mobil Şubesi kullanıcılarının demografik özellikleri Tablo 5'de sunulmaktadır.

Tablo 5. Mobil Bankacılığı Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	(%)	Yaş	Frekans	(%)	Eğitim Düzeyi	Frekans	(%)
Erkek	80	80,0	25 ve altı	21	21,0	Lise	7	7,0
Kadın	20	20,0	26-30 arası	41	41,0	Üniversite	70	70,0
Toplam	100	100	31 ve üstü	38	38,0	Yüksek Lisans	23	23,0
			Toplam	100	100	Toplam	100	100

Araştırmaya katılanların % 80,0'lik kısmının erkek, % 20,0'lik kısmının ise kadınlardan oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların yaş dağılımı ise, % 21,0'i 25 yaş ve altı, % 41,0'i 26-30 yaş arası ve % 38,0'i 31 yaş ve üstü şeklindedir. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında ise % 7,0'si lise mezunu, % 70,0'i üniversite mezunu iken % 23,0'ü ise yüksek lisans mezunu olduğu görülmüştür.

2.6.2. Araştırmaya Katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde Yaptıkları İşlemlerin Sıklığının İncelenmesi

Katılımcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde yaptıkları işlemleri işlem sıklığına göre puanlamaları istendiğinde verilen cevaplar Mertebeli Dereceleme Yöntemine tabi tutulmuştur. Sonuç Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6. Mobil Şubesi'nde Yapılan İşlemlerin Sıklık Sıralaması

Mobil Şubesi'nde Yapılan İşlemlerin Sıklık Sıralaması	PUAN ³
Eft	338
Havale	287
Hesap İzleme	272
Fatura İşlemleri	161
Kredi Kartı İşlemleri	146
Cep Telefonu İşlemleri	54
Altın İşlemleri	40
Döviz İşlemleri	32
Borsa İşlemleri	19

Tablodaki bilgilere göre katılımcılar EFT ve havale işlemlerini en sık kullanmakta olup, diğer işlemlerin sıklık sıralaması ise hesap izleme, fatura işlemleri, kredi kartı işlemleri, cep telefonu işlemleri, altın işlemleri, döviz işlemleri ve borsa işlemleri şeklindedir. Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde EFT ve havale işlemlerinin ücretsiz olmasının bu sonuçta etkisi olabilir. Hesap hareketlerinin takip edilmesi ihtiyacı, hesap izleme işleminin üçüncü sırada çıkmasına sebep olmuş olabilir.

2.6.3. Araştırmaya Katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'yle İlgili İfadelere Katılma Durumları

Anket formunda katılımcılara Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde verilen hizmet konusunda literatür taraması sonucu geliştirilen 20 ifadeye katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Verilen cevapların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 7'de verilmektedir.

³Araştırmaya katılanlara, Mobil Şubesi'nde yaptıkları işlemleri işlem sıklığına göre sıralamaları istenmiş ve cevaplar Mertebeli Derecelendirme Yöntemiyle puanlamaya tabi tutulmuştur.

Tablo 7. Mobil Bankacılığı Kullanıcılarının Kuveyt Türk Mobil Şubesi'yle İlgili İfadelere Katılma Durumları

Yargılar	N	Ort. ⁴	St. Sapma
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlem masrafları düşüktür.	100	4,67	0,493
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde kolayca hesabıma giriş yapabilirim.	100	4,53	0,577
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne 7 gün 24 saat erişebilirim.	100	4,53	0,658
Kuveyt Türk Mobil Şubesi, işlem yapmak için her zaman kullanıma hazırdır.	100	4,49	0,595
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde gerçekleştirdiğim online işlemler, daima geçerli ve doğru olarak yerine getirilir.	100	4,42	0,622
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ni başkalarına tavsiye ederim.	100	4,42	0,727
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin kişisel bilgilerimi ve hesap bilgilerimi güvenli olarak saklayacağına inanıyorum.	100	4,40	0,752
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nden aldığım bankacılık hizmetlerinden memnunum.	100	4,36	0,704
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde online işlem yaparken kendimi güvende hissedirim.	100	4,34	0,755
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne istediğim yerden erişebilirim.	100	4,30	0,798
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nden elde ettiğim toplam değer, masraf ve çabalarım karşı tatmin edicidir.	100	4,21	0,701
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde ihtiyacımı karşıladığımda, banka şubesine gitme ihtiyacı hissetmem.	100	4,17	0,853
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlemlerimi hızlı ve kolay bir şekilde tamamlayabilirim.	100	4,16	0,707
Kuveyt Türk Mobil Şubesi, iyi bir mobil bankacılık uygulaması konusundaki beklentilerimi karşılamaktadır.	100	4,06	0,919
Kuveyt Türk Mobil Şubesi görsel olarak çekicidir.	100	3,87	1,012
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sayfaları hızlı yüklenir.	100	3,82	0,783
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde bütün bankacılık işlemlerini yapabilirim.	100	3,74	1,228
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne ve internet şubesine aynı anda erişim imkanım olsa, mobil şubeyi tercih ederim.	100	3,74	1,177
Kuveyt Türk Mobil Şubesi kilitlemez.	100	3,72	0,944
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde, aradığım bilgiyi kolayca bulamam.	100	2,38	1,254
GENEL TOPLAM		4,11	

Tablo 7'de Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmetle ilgili ifadelerle verilen cevapların ortalaması "4,11" çıkmıştır. Verilen cevapların ortalamasının, "4- Katılıyorum" cevabının üzerinde çıkması cevaplayıcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmetle ilgili ifadelerle katıldığını göstermektedir. En yüksek ortalama değerine sahip ifadeler; "Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlem masrafları düşüktür" (4,67), "Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde

⁴ Açıklama: 1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum/ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum

kolayca hesabıma giriş yapabilirim” (4,53) ve “Kuveyt Türk Mobil Şubesi’ne 7 gün 24 saat erişebilirim” (4,53) şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca en düşük ortalamaya (2,38) sahip olan ifade “Kuveyt Türk Mobil Şubesi’nde, aradığım bilgiyi kolayca bulamam” ifadesi oluşturmuştur. Bu cevap, Kuveyt Türk Mobil Şubesi’nde, aradığım bilgiyi kolayca bulurum ifadesine anket katılımcılarının katıldığı anlamına gelmektedir. Bu ifadeden sonraki en düşük ortalamaya (3,72) sahip ifade ise “Kuveyt Türk Mobil Şubesi kilitlemez” ifadesidir.

2.6.4. Kuveyt Türk Mobil Şubesi’nin Sunduğu Hizmetle İlgili Cevaplayıcıları Etkileyen Faktörler

Ankete katılan kişilere Kuveyt Türk Mobil Şubesi hizmetiyle ilgili sorulan 20 yargı ifadesi faktör analizine tabi tutulmuştur. 20 yargıdan oluşan ölçeğin Cronbach’s Alpha Katsayısı % 89,2 çıkmıştır. Bu sonuç ise ölçeğin çok güvenilir olduğunu göstermektedir (Nakip, 2006: 144-146). Uygulanan faktör analizi sonucunda yargıların 4 faktör altında toplandıkları görülmüştür. Bu faktörler toplam varyansın % 54,9’unu açıklamaktadır. (KMO örneklem yeterlilik ölçütü: %90,1, Barlett Küresellik testi: 1726,678, $p < 0,000$). Ankete katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi’yle ilgili faktör analizi sonuçları Tablo 9’da gösterilmektedir.

Tablo 9. Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmetle ilgili Cevaplayıcıları Etkileyen Faktörler

Yargılar	Faktör Yükları	Varyans Yüzdası	Özdeğeri
Faktör 1: Verimli Çalışma		41,057	7,801
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sayfaları hızlı yüklenir.	0,782		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi, iyi bir mobil bankacılık uygulaması konusundaki beklentilerimi karşılamaktadır.	0,735		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi kilitlemez.	0,702		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlemlerimi hızlı ve kolay bir şekilde tamamlayabilirim.	0,656		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi görsel olarak çekicidir.	0,646		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nden elde ettiğim toplam değer, masraf ve çabalarım karşı tatmin edicidir.	0,642		
Faktör 2: Güvenlik ve Düşük Maliyet Sebebiyle Memnuniyet		11,457	2,177
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlem masrafları düşüktür.	0,689		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin kişisel bilgilerimi ve hesap bilgilerimi güvenli olarak saklayacağına inanıyorum.	0,659		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ni başkalarına tavsiye ederim.	0,649		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nden aldığım bankacılık hizmetlerinden memnunum.	0,602		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde gerçekleştirdiğim online işlemler, daima geçerli ve doğru olarak yerine getirilir.	0,575		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde online işlem yaparken kendimi güvende hissedirim.	0,552		
Faktör 3: Erişim Kolaylığı		6,770	1,286
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde kolayca hesabıma giriş yapabiliyorum.	0,832		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi, işlem yapmak için her zaman kullanıma hazırdır.	0,758		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne 7 gün 24 saat erişebilirim.	0,567		
Faktör 4: İhtiyacın Tam Karşılanması		6,207	1,179
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde bütün bankacılık işlemlerini yapabiliyorum.	0,775		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne istediğim yerden erişebilirim.	0,625		
Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde ihtiyacımı karşıladığımda, banka şubesine gitme ihtiyacı hissetmem.	0,595		

Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne ve internet şubesine aynı anda erişim imkanım olsa, mobil şubeyi tercih ederim.

0,571

Faktör 1: Verimli Çalışma

Araştırmaya katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi Hizmetiyle ilgili yargılarını ifade eden birinci faktör, verimli çalışmadır. Bu faktör, özdeğeri ve varyans yüzdesi en yüksek olan faktördür. Bu faktör altındaki başlıca ifadeler, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sayfalarının hızlı yüklenmesi, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin iyi bir mobil bankacılık uygulaması konusundaki beklentileri karşılama ve Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin kilitlenmemesidir.

Faktör 2: Güvenlik ve Düşük Maliyet Sebebiyle Memnuniyet

Araştırmaya katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi Hizmetiyle ilgili yargılarını ifade eden ikinci faktör, güvenlik ve düşük maliyet sebebiyle memnuniyettir. Bu faktörün başlıca bileşenleri Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde işlem masraflarının düşük olması, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin kişisel bilgileri ve hesap bilgilerini güvenli olarak saklayacağına duyulan inanç ve Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ni başkalarına tavsiye etmedir.

Faktör 3: Erişim Kolaylığı

Araştırmaya katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi hizmetiyle ilgili yargılarını ifade eden üçüncü faktör, erişim kolaylığıdır. Bu faktörün bileşenleri Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde kolayca hesaba giriş yapılabilmesi, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin işlem yapmak için her zaman kullanıma hazır olması ve Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne 7 gün 24 saat erişilebilmesidir.

Faktör 4: İhtiyacın Tam Karşılanması

Araştırmaya katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi Hizmetiyle ilgili yargılarını ifade eden dördüncü faktör, ihtiyacının tam karşılanmasıdır. Bu faktörün bileşenleri Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde bütün bankacılık işlemlerinin yapılabilmesi, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ne istenilen yerden erişilebilmesi ve Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nde ihtiyaç karşılandığında, banka şubesine gitme ihtiyacı hissedilmemesidir.

2.6.5. Araştırmaya Katılanların Kuveyt Türk Mobil Şubesi Hizmeti Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Kuveyt Türk Mobil Şubesi anketinde bulunan 20 soru için yapılan faktör analizi neticesinde bu sorular 4 faktörde toplanmıştır. Bu 4 faktör bağımlı değişken olarak kullanılıp farklı grupların bu faktörler konusundaki yargıları arasında fark olup olmadığının araştırılması için T Testi yapılmıştır. Yaş, mobil şubeyi kullanım süresi ve kullanılan cihazlar ise bağımsız değişkenler olarak incelenmiştir.

2.6.5.1. Farklı Yaş Grubundaki Kullanıcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanlar yaşlarına göre 2 gruba ayrılmıştır: Bu gruplama, yaşları 18 ile 29 arasında olan katılımcılar ve yaşları 30 ve daha büyük olan katılımcılar şeklindedir. Yaşları 18 ile 29 arasında olan katılımcıların sayısı 56, yaşları 30 ve daha fazla olan katılımcıların sayısı 44'dür.

Araştırmaya katılanların sayısı T Testi analizine uygun bağımlı değişken sayısına sahip olduğu için, bu gruplar arasında T Testi analiziyle faktörlere verdikleri cevapları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı bulunmaya çalışılmaktadır. Farklı yaş gruplarındaki katılımcıların faktörlere verdikleri cevaplar karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Independent Samples T Testi uygulanmıştır. Tablo 10, katılımcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki fikirleri ile yaşlarının genel olarak karşılaştırıldığı T Testi analizi sonucunu göstermektedir.

Tablo 10. Katılımcıların Yaşlarına Göre, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Faktörler	Ortalamalar ¹		Levene's Test Sigma Değeri	Sigma Değeri
	18-29	30+		
Verimli Çalışma	3,91	4,05	0,215	0,278
Güvenlik ve Düşük Maliyet Sebebiyle Memnuniyet	4,35	4,54	0,772	0,070
Erişim Kolaylığı	4,45	4,60	0,372	0,146
İhtiyacın Tam Karşılanması	3,93	4,07	0,968	0,442
GENEL ORTALAMA				

¹ Açıklama: 1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum/ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum

Tablodaki bilgilere göre T testi sonuçlarının anlamlı çıkmadığı görülmektedir (**Sigma Değerleri 0,278>0,05, 0,070>0,05, 0,146>0,05 ve 0,442 >0,05**). Bu test anlamlı çıkmadığından dolayı, test edilen değişkenler olan yaşları 18-29 ile 30 ve daha büyük olan cevaplayıcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki yargılarının birbirinden farklı olmadığı söylenebilir.

2.6.5.2. Mobil Şubeyi Kullanım Süreleri Farklı olan Cevaplayıcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanlar Kuveyt Türk Mobil Şubesi'ni kullandıkları süreye göre 2 gruba ayrılmıştır: Bu gruplama, mobil şubeyi 1 yıla kadar kullanan katılımcılar ve mobil şubeyi 1 yıldan fazla süreden beri kullanan katılımcılar şeklindedir. Mobil şubeyi 1 yıla kadar kullanan katılımcıların sayısı 46, mobil şubeyi 1 yıldan fazla süreden beri kullanan katılımcıların sayısı 54'dür.

Araştırmaya katılanların sayısı T Testi analizine uygun bağımlı değişken sayısına sahip olduğu için, bu gruplar arasında T Testi analiziyle faktörlere verdikleri cevapları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı bulunmaya çalışılmaktadır. Mobil şubeyi kullanım süreleri farklı olan cevaplayıcıların faktörlere verdikleri cevaplar karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Independent Samples T Testi uygulanmıştır. Tablo 11, katılımcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki fikirleri ile mobil şubeyi kullanım sürelerinin genel olarak karşılaştırıldığı T Testi analizi sonucunu göstermektedir.

Tablo 11. Katılımcıların Mobil Şubeyi Kullanım Sürelerine Göre, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Faktörler	Ortalamalar ¹		Levene's Test Sigma Değeri	Sigma Değeri
	1 yıla kadar	1 yıldan fazla		
Verimli Çalışma	4,05	3,90	0,527	0,251
Güvenlik ve Düşük Maliyet Sebebiyle Memnuniyet	4,47	4,40	0,234	0,512
Erişim Kolaylığı	4,46	4,57	0,189	0,267
İhtiyacın Tam Karşılanması	4,12	3,87	0,117	0,126
GENEL ORTALAMA				

¹ Açıklama: 1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum/ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum

Tablodaki bilgilere göre T Testi sonuçlarının anlamlı çıkmadığı görülmektedir (**Sigma Değerleri 0,251>0,05, 0,512>0,05, 0,267>0,05 ve 0,126 >0,05**). Bu test anlamlı çıkmadığından dolayı, test edilen değişkenler olan mobil şubeyi 1 yıla kadar kullanan katılımcılar ve mobil şubeyi 1 yıldan fazla süreden beri kullanan katılımcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki yargılarının birbirinden farklı olmadığı söylenebilir.

2.6.5.3. Farklı Mobil Cihaz Kullanan Cevaplayıcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Araştırmaya katılanlar kullandıkları mobil cihaza göre 2 gruba ayrılmıştır: Bu gruba, Samsung markalı cep telefonu kullanan katılımcılar ve Iphone markalı cep telefonu kullanan katılımcılar şeklindedir. Samsung markalı cep telefonu kullanan katılımcıların sayısı 38, Iphone markalı cep telefonu kullanan katılımcıların sayısı 46'dır.

Araştırmaya katılanların sayısı T Testi analizine uygun bağımlı değişken sayısına sahip olduğu için, bu gruplar arasında T Testi analiziyle faktörlere verdikleri cevapları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı bulunmaya çalışılmaktadır. Farklı cihaz kullanan cevaplayıcıların faktörlere verdikleri cevaplar karşılaştırılarak aralarında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Independent Samples T Testi uygulanmıştır. Tablo 12, farklı mobil cihaz kullanan katılımcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki fikirlerinin genel olarak karşılaştırıldığı T Testi analizi sonucunu göstermektedir.

Tablo 12. Farklı Mobil Cihaz Kullanan Katılımcıların Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin Sunduğu Hizmet Konusundaki Yargılarının Karşılaştırılması

Faktörler	Ortalamalar ¹		Levene's Test Sigma Değeri	Sigma Değeri
	Samsung Kullananlar	Iphone Kullananlar		
Verimli Çalışma	3,95	4,01	0,545	0,685
Güvenlik ve Düşük Maliyet Sebebiyle Memnuniyet	4,45	4,46	0,710	0,967
Erişim Kolaylığı	4,47	4,59	0,669	0,270
İhtiyacın Tam Karşılanması	3,97	4,05	0,547	0,607
GENEL ORTALAMA				

¹ Açıklama: 1-Hiç Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Ne Katılıyorum/ne Katılmıyorum, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum

Tablodaki bilgilere göre T testi sonuçlarının anlamlı çıkmadığı görülmektedir (**Sigma Değerleri 0,685>0,05, 0,967>0,05, 0,270>0,05 ve 0,607 >0,05**). Bu test anlamlı çıkmadığından dolayı, test edilen değişkenler olan Samsung markalı cep telefonu kullanan katılımcılar ve Iphone markalı cep telefonu kullanan katılımcıların, Kuveyt Türk Mobil Şubesi'nin sunduğu hizmet konusundaki yargılarının birbirinden farklı olmadığı söylenebilir.

3. SONUÇ

Bankaların mobil şubelerinin kullanımının giderek arttığı ve bu kanalın artık olmazsa olmaz olduğu görülmektedir. Banka müşterileri mobil şubesini benimsemiştir. Bankaların, artık vazgeçilmez bir dağıtım kanalı olan mobil bankacılığını sürekli olarak geliştirmeleri ve müşterilerine iyi hizmet vermeleri, müşteri memnuniyetini ve bağlılığını artıracak ve kendilerine rekabet avantajı sağlayacaktır.

Bu çalışma ile bir hizmet kalitesi değerlendirme uygulaması yapılmıştır. Bu alanda daha pek çok çalışma yapılabilir. Aynı uygulama farklı bankalarda uygulanabileceği gibi, mobil bankacılık dağıtım kanalında hizmete sunulan işlemlerin daha detaylı incelendiği çalışmalar da yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, S. (2006) *Elektronik Hizmet Kalitesi Ve Hizmet Telaflı Kalitesinin İnternet Bankacılık Hizmetlerine Uyarlanması*, Yayınlanmamış Doktora tezi, Antalya.
- Babuşcu, Ş. (2001) Temel Bankacılık, *Türkiye Bankalar Birliği Eğitim ve Tanıtım Grubu Seminer Notları*, İstanbul.
- Chu, P.Y., Lee, G.Y. ve Chao, Y. (2012), "Service quality, customer satisfaction, customer trust, and loyalty in e-banking context", *Social Behaviour and Personality*, 40 (8), Taiwan.
- Gronroos, C.(1990) *Service Management and Marketing the Moments of Truth in Service Marketing*, Toronto: Lexington Books.
- Karadirek, G. (2014) *Tüketicilerin Elektronik Hizmet Kalitesi Algılamaları: Bireysel İnternet Bankacılığı Müşterileri Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane.
- Khraim, H.S., Shoubaki, Y. E. ve Khraim, A. S. (2011) "Factors affecting Jordanian consumers' adoption of mobile banking services", *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 96-105.
- Kotler, P. (2003) *Marketing Management*, International Edition: Prentice Hall.
- Lovelock, C., Wirtz, J ve Chew, P. (2009) *Essential of Services Marketing*, Singapore: Prentice Hall.
- Nakip, M. (2006), *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Rod, M., Ashill, N.J., Shao, J. ve Carruthers, J. (2009) "An examination of the relationship between service quality dimensions, overall internet banking service quality and customer satisfaction: A New Zealand study", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 27 Iss: 1, 103.
- Singh, S., Srivastava, V. ve Srivastava R.K. (2010) "Customer acceptance of mobile banking: A conceptual framework", *SIES Journal of Management*, Vol. 7, No. 1: 55-64, 2010.
- Suoranta, M. ve Mattila M., "Mobile banking and consumer behavior: New insights into the diffusion pattern", *Journal of Financial Services Marketing*, Vol. 8, No. 4: 354-366, 2004.
- Teuman, A.B. (2011), *Re-Assessment Of E-S-Qual Scale In The Internet Banking Services In Turkey*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Türkiye Bankalar Birliği (2016) İnternet Bankacılık İstatistikleri www.tbb.org.tr (19 Mart 2016).
- Young, P. V. (1968), *Bilimsel Sosyal İncelemeler ve Araştırma* (Çeviri: Bingöl, G. ve İşçil, N.), Ankara: Ege Matbaası.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman A. ve Malhotra A. (2000) "A Conceptual Framework for Understanding e-Service Quality: Implications for Future Research and Managerial Practice" *Marketing Science Institute. Cambridge, MA.* Report No. 00-115.