

Müşteri memnuniyeti günümüz pazarlama anlayışında önemle üzerinde durulan kavramlardan birisi olmuştur. İşletmelerin öncelikli hedefinin, müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak ürün ve hizmetler üreterek onları memnun etmek olduğu düşünüldüğünde müşteri memnuniyetinin işletmeler açısından ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu çalışma ile spor alanında uğraşan özel sektöre ait spor işletmelerinde algılanan hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti ilişkisinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda spor işletmesi üyelerinden tesadüfi olarak seçilen 115'i kadın 85'i erkek toplam 200 kişi çalışmaya katılmıştır. Araştırmada toplam 37 sorudan oluşan, 5'li likert tipi değerlendirme içeren bir anket uygulanmıştır. Veriler, SPSS 20 programı ile sınırlanırken, yüzde (%), frekans (f) yöntemleri ile t-testi, faktör analizi, anova, korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Araştırma ile ulaşılan genel sonuç; spor işletmesi müşterilerinin, işletmenin uygulamalarından memnun olduklarını göstermektedir. Memnuniyet düzeylerinin yüksek ve düşük olduğu uygulamalar dikkatle incelenmeli ve eksiklikler hızla giderilmelidir. Unutulmamalıdır ki; müşteri memnuniyeti konusunda hiçbir zaman son noktaya ulaşılamaz. Önemli olan işletmenin elindeki imkânları en iyi şekilde kullanarak müşteri memnuniyetini daha da üst seviyelere çıkarmasıdır. Anahtar Kelimeler: Hizmet Pazarlaması, Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti

Customer satisfaction is one of the importantly dwelled on term in today's marketing concept. When it is considered that the primary goal of the companies is meeting customer needs and expectations to satisfy them by producing goods and services, it is well understood that to what extend the customer satisfaction is important for companies. With this study, it is aimed to reveal the correlation between perceived service quality and customer satisfaction at sports businesses which are owned by private sector that operate in sports industry. In accordance with this purpose, randomly selected 200 (115 female and 85 male) people that are members of sports businesses participated in this study. A 37-item, 5-point Likert-scale questionnaire was administered. The data were tested with SPSS 20 statistics program, using percent (%), frequency (f) methods along with t-test, factor analysis, ANOVA and correlation analyses. The overall results of the study show that the customers of the sports businesses are satisfied with the practices of the said business. Services with high and low customer satisfaction should be examined and the deficiencies must be eliminated rapidly. It should not be forgotten that in the matter of customer satisfaction, the end point can never be reached. The important thing for a business is to make the best of its possibilities and take customer satisfaction to higher levels. Key Words : Service Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction