

KAMPÜS YAŞAM KALİTESİNİN ÖĞRENCİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ

Prof. Dr. Kahraman Çatı

Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, kahramancati@duzce.edu.tr

Arş. Gör. Önder Kethüda

Düzce Üniversitesi Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
onderkethuda@duzce.edu.tr

Özet

Üniversite öğrencileri, öğrenciliklerinin büyük bölümünü üniversite kampüslerinde geçirmektedir. Dolayısıyla, öğrencilerin memnuniyetinde kendilerine sunulan kampüs olanaklarının etkisi olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, kampüs yaşam kalitesinin öğrenci memnuniyetine etkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, bu araştırma nicel araştırma tasarımına göre gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul'da bulunan üniversitelerde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında veriler 19 farklı üniversitede öğrenim gören 1050 öğrenciden yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler, sosyal bilimler için paket program ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda kampüs yaşam kalitesinin öğrenci memnuniyetini önemli oranda etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda ilgililere önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kampüs Yaşam Kalitesi, Öğrenci Memnuniyeti, Üniversite, İstanbul

THE EFFECT OF THE CAMPUS LIFE QUALITY TO STUDENT SATISFACTION

Abstract

Students at the universities spend most of their time in the campuses of the universities. Therefore, campus facilities that provided to students might affect students satisfaction with the university. The aim of this paper is to identify the effect of campus life quality to student satisfaction. To this aim, the research was design according to quantitative research mythology. The population of the research consisted of the students studying universities in Istanbul. The data were collected from 1050 students studying in 19 different universities by face to face survey technique. The data were analyzed by statistical packet program for social sciences. Results indicated that campus life quality of universities has significant effect on student satisfaction. Some recommendations were developed based on the results for university administrators.

Key Words: Campus Life Quality, Students Satisfaction, University, Istanbul

Giriş

Yükseköğretim kurumları arasında arzulanan nitelik ve nicelikteki öğrencileri üniversitelere çekmek için yaşanan rekabet her geçen gün artmaktadır. Artan rekabet ortamında başarının sırrı mevut öğrencilerin memnuniyetini ve sadakatini kazanmaktır. Çünkü yükseköğretim risk algısı yüksek bir hizmet türüdür. Risk algısının yüksek olduğu ürün gruplarında potansiyel müşteriler tutundurma araçlarıyla söylenenlerden ziyade, ürünleri kullanan kişilerin tavsiye ve yönlendirmelerinden etkilenmektedir. Bundan hareketle, üniversitelerin potansiyel öğrencileri üniversiteye çekmeye yönelik yapacağı en önemli faaliyetlerden birinin mevcut öğrencilerin memnuniyetini sağlamak olduğu söylenebilir (Schertzer ve Schertzer, 2004). Bu çerçevede, öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörler araştırmaya değer konulardır. Öğrenciler, üniversite hayatlarının çok önemli bir kısmını üniversite kampüslerinde geçirmektedir. Bundan hareketle, öğrenciye sağlanan kampüs olanaklarının, öğrenci memnuniyetinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu çerçevede bu araştırmanın amacı üniversitenin kampüs yaşam kalitesinin öğrenci memnuniyetine etkisini belirlemektir.

Literatür taraması

Memnuniyet, müşterinin bireysel olarak ürünle ilgili beklentileri ile algıladığını karşılaştırmasıyla ortaya çıkan bilişsel bir değerlendirme sürecinin sonucudur (Oliver, 1980; Zeithaml vd., 1993). Memnuniyet, müşterinin bir ürünü satın alması sonrası ürünle ilgili genel düşüncesi veya tutumu olarak değerlendirilebilir. Memnuniyet algılanan performansın beklentiyi karşıladığı veya aştığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Algılanan performansın beklentilerin altında kaldığı durumlarda ise memnuniyetsizlik ortaya çıkmaktadır (Elliott ve Shin, 2002).

Öğrenci memnuniyeti kavramı, müşteri memnuniyetiyle paralellik içermektedir. (Browne vd., 1998; Elliot ve Healy, 2001; Elliott ve Shin, 2002; Marzo-Navarro vd., 2005). Öğrenci memnuniyeti, öğrencinin almış olduğu öğrenim hizmetinin çeşitli çıktılarının ve yaşanan deneyimin öğrenci tarafından sübjektif bir şekilde değerlendirilmesidir (Oliver ve DeSarbo, 1989). Öğrenci memnuniyeti, öğrencinin algıladığı gerçek performansın öğrencinin beklentilerini karşıladığı veya aştığı durumun sonucu olan kısa süreli tutum olarak kabul edilmektedir (Elliott ve Healy, 2001). Öğrenci memnuniyeti, öğrencilerin yerleşke yaşamıyla ve aldıkları öğrenim hizmetiyle ilgili deneyimlerin ve bazı çıktıların öznel değerlendirilmesi olarak da ifade edilebilir (Elliott ve Shin, 2002). Yerleşke çevresi ile etkileşim halinde olan deneyimler öğrenci memnuniyetini etkilemekte veya netice vermektedir.

Öğrenci memnuniyetini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Elliott ve Shin (2002) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre eğitimin kalitesi, sınıf ortamı, bilgili öğretim üyeleri, fiziksel yapıların genel kalitesi, yerleşke güvenliği ve korunması, ulaşılabilir bilgili rahat iletişim kurulabilen bir danışman, uygun bilgisayar laboratuvarları, dürüst ve tarafsız öğretim üyeleri ve bilgiye ulaşabilme öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörlerdir. Elliott ve Healy (2001) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarına göre ise, öğrenci memnuniyeti üniversitenin öğrenci merkezliliğinden, yerleşke ikliminden ve öğretim kalitesinden en fazla etkilenmekteyken, hizmet mükemmeliyetinden ve kampüs yaşamından nispeten daha düşük oranda etkilenmektedir. Ayrıca, çalışmanın sonucuna göre üniversitenin sağlanmış olduğu kayıt işlemleri kolaylıkları, burslar ve finansal destekler, danışmanlık hizmeti ve güvenlik hizmeti öğrenci memnuniyetini etkilememektedir (Elliott ve Healy, 2001). Bunun yanında, öğrencilerin akademik ve idari personel ile rahat iletişim kurabilmesinin öğrenci memnuniyetini pozitif etkilediği sonucuna ulaşan çalışmalar da vardır (Peterson vd., 2001; Tayyar ve Dilşeker, 2012). Öğrenci memnuniyetini etkileyen faktörler üzerine yapılan çalışmalarda genel olarak hizmet kalitesinin, öğrenim kalitesinin, imajın, kampüsteki sosyal

yaşamın ve üniversitenin fiziksel olanaklarının öğrenci memnuniyetinin etkilendiği bulgusuna ulaşılmıştır (Browne vd., 1998; Schertzer ve Schertzer, 2004; Helgesen ve Nessel, 2007; Alves ve Raposo, 2007; Clemes vd., 2008; Brown ve Mazzarol, 2009; Tayyar ve Dilşeker, 2012).

Kampüs Yaşam Kalitesi (KYK) yaşam kalitesi kavramının kampüs içerisine uyarlanmış halidir. Yaşam kalitesi; barınma, ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek olanaklarının yanında, güvenlik, sosyal, sportif, kültürel ve eğlence olanaklarının tamamını ifade eden bir kavramdır. Bu çerçevede KYK, öğrencilere sağlanan barınma, ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, güvenlik, sosyal, kültürel, sportif ve eğlence olanaklarının bütünüdür. KYK, öğrenci memnuniyetini pozitif etkilediği daha önce yapılan çalışmalarla ortaya konmuş sosyal yaşam (Schertzer ve Schertzer, 2004), kampüs ortamı (Elliott ve Healy, 2001), fiziksel yapılar ve yerleşke güvenliği (Elliott ve Shin, 2002), burslar ve finansal destekler (Elliott ve Healy, 2001) değişkenlerini kapsamaktadır. Bu doğrultuda geliştirilen araştırma hipotezi aşağıdadır.

H1: Kampüs yaşam kalitesinin öğrenci memnuniyetini istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde pozitif olarak etkilemektedir.

Yöntem

Araştırmanın evreni, İstanbul'da bulunan 19 üniversiteye kayıtlı lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenindeki öğrenci sayısı 337.209'dur. Örneklem büyüklüğü hesaplama formülüne göre 384 öğrenci evreni temsil etme yeteneğine sahip en küçük değer olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, araştırmada 6 devlet üniversitesinden 370 ve 13 vakıf üniversitesinden 680 olmak üzere toplam 1050 öğrenciden veri toplanmıştır. Örneklemde yer alan her üniversiteden 40 ila 70 öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırmada, örneklem yöntemi olarak tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kotalı örneklem kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında profesyonel bir araştırma firmasından destek alınmış ve veriler yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Bahsedilen bu değişkenleri ölçmek için 13 ifadeden oluşan bir kampüs yaşam kalitesi ölçeği geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde, örnekleme giren üniversitelerin tanıtım filmleri izlenmiş ve öğrencilere sağlanan barınma, ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, güvenlik, sosyal, kültürel, sportif ve eğlence olanaklarına ilişkin tanıtım filmlerinde değinilen noktalar belirlenmiştir. Tanıtım filmlerinden hareketle kampüsteki fiziksel üst yapılar, sosyal ve kültürel faaliyetler, spor imkanları ve turnuvalar, ulaşım hizmetleri, güvenlik, yemekhane ve lokanta olanakları, burs olanakları, yurt olanakları ve öğrenci kulüplerine ilişkin toplam 21 ifade oluşturulmuştur. Sonra, öğrencilerle yapılan derinlemesine görüşme ve odak grup görüşmesi sonucunda, bu ifadelerden aynı anlama gelen ve gereksiz olarak değerlendirilen ifadeler elenmiştir. Sürecin sonunda, kampüs yaşam kalitesini ölçmek için geliştirilmiş 13 ifadeli bir ölçek elde edilmiştir. Araştırmanın bağımlı değişkeni olan öğrenci memnuniyetini ölçmek için Browne ve diğ. (1998), Helgesen ve Nessel (2007) ve Brown ve Mazzarol (2008) tarafından kullanılan hazır ölçekten yararlanılmıştır. Araştırma verilerinin analizinde sosyal bilimler için paket programlarda bulunan güvenilirlik, faktör, t testi, korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

Bulgular

Kampüs yaşam kalitesini ölçmek için geliştirilen ölçek 13 göstergeden oluşmaktadır. Bu göstergelerden öğrencilerin en çok katıldıkları ifadeler kampüsün güvenliği, kampüse ulaşım, kampüsteki yapıların bakımı, kampüs ortamının çekiciliği ve kampüsteki yiyecek-içecek hizmetlerinin çeşitliliği ile ilgilidir. Buna karşın, öğrencilerin en az katıldıkları ifade ise, kampüsteki yiyecek-içecek olanaklarının öğrencilerin karşılayabileceği düzeyde olduğu ifadesidir. Bunun yanında, öğrencilerin en az katıldığı diğer ifadeler; yurtların kapasitesinin yeterliliği, kampüste düzenlenen sportif faaliyetlerin sayısının yeterliliği ve öğrencilere sağlanan burs olanaklarının yeterliliği ile ilgilidir.

Kampüs Yaşam Kalitesi ölçeğinin yapı geçerliliğinin test etmek için Keşfedici Faktör Analizi uygulanmıştır. Veri setine ilişkin KMO değeri 0,89'dur. Bu değer örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca, veri setine ilişkin Ki-kare değerinin anlamlı olması veri setinin faktör analizi için uygun olduğu anlamına gelmektedir.

Tablo 1: Kampüs Yaşam Kalitesine İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

| | Faktörler | Ortalama | Standart Sapma | Alfa Sayısı | Öz Değer | Açıklanan Varyans |
|---|-----------|-------------|----------------|-------------|-------------|-------------------|
| Sosyal Yaşam | | 3,06 | 1,02 | 0,86 | 3,76 | 31,29 |
| Üniversite, yeterli düzeyde spor ve eğlence tesislerine sahiptir. | 0,82 | 2,90 | | | | |
| Üniversitede öğrencilere yönelik yeterli sosyal ve kültürel faaliyetler düzenlenmektedir. | 0,82 | 3,02 | | | | |
| Üniversitede öğrenciler için yeterli sosyal ve kültürel faaliyet alanları mevcuttur. | 0,81 | 3,02 | | | | |
| Öğrenciler arası yeterli sayıda sportif faaliyet düzenlenmektedir. | 0,80 | 2,84 | | | | |
| Kampüs ortamı çekicidir. | 0,68 | 3,25 | | | | |
| Üniversitede yeterli düzeyde yiyecek-içecek olanakları mevcuttur. | 0,55 | 3,11 | | | | |
| Temel Hizmetler | | 3,04 | 0,90 | 0,72 | 2,77 | 23,11 |
| Üniversite, ihtiyaç sahibi öğrenciye burs imkânı sağlamaktadır. | 0,75 | 2,88 | | | | |
| Kampüsteki yiyecek-içecek olanakları öğrencinin karşılayabileceği fiyattadır. | 0,68 | 2,63 | | | | |
| Üniversitenin yeterli kapasitede öğrenci yurtları vardır. | 0,63 | 2,74 | | | | |
| Üniversiteye ulaşım hizmetleri yeterli düzeydedir | 0,62 | 3,29 | | | | |
| Kampüs güvenlidir. | 0,57 | 3,42 | | | | |
| Üniversitenin öğrenci yurtları konforludur. | 0,49 | 2,92 | | | | |

Faktör çıkarma metodu: Temel bileşenler analizi; Döndürme metodu: Verimax; KMO Örneklem Yeterliliği: %89; Bartlett's Küresellik Testi için Ki-Kare:3608,727 p=0,000<0.001; Alfa Sayısı: 0,86

(1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum

Faktör analizi sonucunda, ölçekte yer alan ifadelerin iki faktör altında birleşmiştir. Birinci faktör altında yer alan ifadeler öğrencileri katılabileceği veya faydalanabileceği sosyal, sportif kültürel etkinlikler ile ilgili ifadeler olduğu için bu faktör, "sosyal yaşam" olarak isimlendirilmiştir. İkinci faktör altında yer alan ifadeler ise, öğrencilere sağlanan burs, yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatı, öğrenci yurtlarının kapasitesi, ulaşım hizmetleri ve kampüs güvenliği ile ilgilidir. Bu nedenle bu faktör, "temel hizmetler" olarak isimlendirilmiştir. Ayrıca ölçekte yer alan öğrenci memnuniyeti ve öğrenci sadakati değişkenlerine ayrı ayrı faktör analizi uygulanmış ve her iki değişken beklentilere uygun olarak birer faktör oluşturmuştur.

Kampüs yaşam kalitesinin üniversite türüne göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Bağımsız Örneklem t Testi kullanılmıştır. Bağımsız Örneklem t Testi iki grup arasında ortalamalar açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını test eden bir analiz türüdür. Analiz sonuçlarına ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2: Kampüs Yaşam Kalitesinin Üniversite Türüne Göre Karşılaştırılması

| Kampüs Yaşam Kalitesi | Levene Testi | | t Testi ile Ortalamaların Karşılaştırılması | | | | | | |
|-----------------------|--------------|------|---|------|------|-----------------|-----|----------|----------------|
| | | F | Sig. | t | Sig. | Üniversite Türü | N | Ortalama | Ortalama Farkı |
| | 2 | | | 4,39 | ,000 | Devlet Ü. | 326 | 3,13 | |
| Sosyal Yaşam | 1 | 2,69 | ,101 | 2,67 | ,008 | Vakıf Ü. | 599 | 3,13 | 0,19 |
| | 2 | | | 2,64 | ,009 | Devlet Ü. | 332 | 2,94 | |
| Temel Hizmetler | 1 | 1,91 | ,168 | 3,33 | ,001 | Vakıf Ü. | 511 | 3,11 | 0,23 |
| | 2 | | | 3,50 | ,001 | Devlet Ü. | 257 | 2,88 | |
| Kampüs Yaşam Kalitesi | 1 | 0,00 | ,997 | 2,83 | ,005 | Vakıf Ü. | 469 | 3,14 | 0,19 |
| | 2 | | | 2,86 | ,004 | Devlet Ü. | 248 | 2,96 | |

1 = Varyansların eşit olduğu kabul ediliyor. 2 = Varyansların eşit olmadığı kabul ediliyor.

Bağımsız Örneklem t Testi sonuçlarına göre, vakıf üniversitelerinde öğrenim görmekte olan öğrencilerin kampüs yaşam kalitesi göstergelerine ilişkin ifadelerle katılım düzeyi devlet üniversitelerinkine nazaran daha yüksektir. Kampüs yaşam kalitesi boyutları itibarıyla bir değerlendirme yapıldığında, hem sosyal yaşam boyutunun hem de temel hizmetler boyutunun göstergelerine ilişkin vakıf üniversiteleri öğrencilerinin katılım düzeyi devlet üniversitelerinin öğrencilerine nazaran daha yüksektir.

Tablo 1: Kampüs Yaşam Kalitesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | Standartlaştırılmış Beta Katsayıları | t | Sig. |
|-----------------|--------------------------------------|--------|------|
| Sabit | | 1,417 | ,157 |
| Sosyal Yaşam | ,447 | 13,790 | ,000 |
| Temel Hizmetler | ,288 | 8,896 | ,000 |

Bağımlı Değişken: Öğrenci Memnuniyeti

Temel hizmetler ve sosyal yaşam değişkenlerinin öğrenci memnuniyetine etkisini ölçmek için doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizine ilişkin düzeltilmiş R² değeri 0,41'dir. Bu değer, bağımsız değişkenler olan sosyal yaşam ve temel hizmetler değişkenlerinin öğrenci memnuniyetinin 0,41'ini açıkladığı anlamına gelmektedir. Analize ilişkin Durbin-Watson değeri 2,05'tir. Bu değer değişkenler arasında otokorelasyon olmadığı anlamına gelmektedir. Ayrıca modelin anlamlılığını ölçen ANOVA analizine ait F değerinin anlamlı çıkmıştır. Bu değer, modelin kabul edilebilir bir model olduğu anlamına gelmektedir. Bu analiz sonucunda, öğrenci memnuniyetinde sosyal yaşam değişkeninin standartlaştırılmış etkisi 0,45 ve temel hizmetler değişkeninin standartlaştırılmış etkisi ise 0,29'dur. Bu değerlerden hareketle, kampüs yaşam kalitesinin sosyal faaliyetler ile ilgili boyutunda meydana gelecek bir birimlik değişimin öğrenci memnuniyetinde 0,48 birimlik bir değişime ve temel hizmetle boyutunda meydana gelecek bir birimlik değişimin ise öğrenci memnuniyetinde 0,29 birimlik bir değişime neden olacağı söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Üniversiteler, sadece hedef kitle belirleyip bu öğrencileri üniversiteye çekmeye yönelik faaliyetlerle yetinmeyip, öğrenci memnuniyetini artırmak amacıyla öğrencilere “müşteri” gibi davranılmasını kapsayacak şekilde üniversitelerin pazarlama mantığıyla yönetilmesi önemlidir. (Schertzer ve Schertzer, 2004). Yükseköğretim hizmet sektörü içerisinde insanların zihnini hedef alan soyutluk düzeyi yüksek bir sektördür (Lovelock, 1983; Brown ve Mazzarol, 2009). Dolayısıyla yükseköğretim risk algısı yüksek bir sektördür. Risk algısının yüksek olduğu sektörlerde, potansiyel müşteriler ürünü daha önce kullanan kişilerin tavsiyelerine büyük önem vermektedir. Aynı durum, yükseköğretim sektörü için de geçerlidir. Bu nedenle, potansiyel öğrenciler üniversite tercihlerinde başkalarının tavsiyelerine büyük önem vermektedir (Schertzer ve Schertzer, 2004). Bir üniversitenin başkalarına tavsiye edilmesinin yolu, üniversitenin evcut paydaşlarının üniversiteden memnun olmalarını sağlamakla mümkün olmaktadır. Çünkü memnuniyet başkalarına tavsiye etme eğilimini ve memnuniyetsizlik de şikâyet etme eğilimini tetiklemektedir (Clemes ve Gan, 2008). Bu doğrultuda, üniversitelerin öğrencilerinin memnuniyetini etkileyen faktörleri araştırıp bu alanlarda sürekli iyileştirmeye gitmesi üniversitenin geleceği için önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmada, kampüs yaşam kalitesine ilişkin göstergeler ele alınmış ve kampüs yaşam kalitesinin öğrenci memnuniyetine etkisi ortaya konulmuştur.

Kampüs yaşam kalitesi, öğrencilere sağlanan barınma, ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek, güvenlik, sosyal, kültürel, sportif ve eğlence olanaklarının toplamı ile ölçülmektedir. Elde edilen bulgulardan hareketle, öğrencilerin genel olarak kampüsün güvenliğinden, kampüse ulaşımından, kampüsteki yapıların bakımlılığında ve kampüs ortamının çekiciliğinden memnun olduğu söylenebilir. Bunun yanında, öğrencilerin genel olarak, yurtların kapasitesinden, sportif faaliyetlerin sayısından ve öğrencilere sağlanan burs olanaklarından memnun olmadıkları söylenebilir. Dahası, kampüs yaşam kalitesine ilişkin göstergeler; sosyal yaşam ve temel hizmetler olmak üzere iki boyutta toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre hem sosyal yaşam hem de temel hizmetlere ilişkin öğrencilerin, düşük düzeyde de olsa, genel olarak memnun oldukları söylenebilir. Ayrıca, hem sosyal yaşam hem temel hizmetler itibarıyla devlet üniversitelerine nazaran vakıf üniversitelerindeki öğrencilerin memnuniyet düzeyleri daha yüksektir. Bu sonuçta, vakıf üniversitelerinin daha çok işletme mantığıyla yönetilmesinin ve öğrenci memnuniyetini daha fazla önem vermesinin etkili olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada elde edilen bulgulardan hareketle, kampüs yaşam kalitesinin boyutları olan sosyal yaşamın ve temel hizmetlerin öğrenci memnuniyetini önemli oranda etkilediği söylenebilir. Sosyal yaşam; öğrenciye sağlanan sosyal, kültürel, sportif, eğlence olanaklarını ifade etmektedir. Temel hizmetler ise, öğrenciye sağlanan burs olanakları, yemek fiyatları, yurt olanakları, ulaşım ve güvenlik ile ilgilidir. Bu araştırmanın bulgularından hareketle, üniversitelerin öğrencilere sağladığı sosyal yaşam olanakları, öğrenciye sunulan temel hizmetlere göre öğrenci memnuniyetini daha fazla etkilediği söylenebilir. Diğer bir ifadeyle, üniversitedeki sosyal yaşam öğrencilere sunulan temel hizmetlerden daha fazla öğrenci memnuniyetini etkilemektedir. Bu sonuç, literatürde yer alan ilgili çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir (Elliott ve Healy, 2001; Elliott ve Shin, 2002; Helgesen ve Nasset, 2007; Tayyar ve Dilşeker, 2012). Bu sonuçlardan hareketle, öğrenci memnuniyetini artırmak isteyen üniversitelere kampüs yaşam kalitesini artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştirilmeleri tavsiye edilmektedir. Ayrıca, kampüs yaşam kalitesini artırmaya yönelik çalışmalar içerisinde özellikle öğrencilere sosyal yaşam olanağı sunacak faaliyetlere ağırlık vermeleri üniversiteler tavsiye edilmektedir.

Kaynakça

- Brown, R. M. ve Mazzarol, T. W. (2008). The importance of institutional image to student satisfaction and loyalty within higher education. *Higher Education*, 58(1), 81–95. doi:10.1007/s10734-008-9183-8
- Browne, B. A., Kaldenberg, D. O., Browne, W. G., & Brown, D. J. (1998). Student as customer: Factors affecting satisfaction and assessments of institutional quality. *Journal of Marketing for Higher Education*, 8(3), 1-14.
- Clemes, M. D. ve Gan, C. E. C. (2008). University Student Satisfaction: An Empirical Analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 17(2), 292–325.
- Elliott, K. M. ve Healy, M. A. (2001). Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4), 1–11.
- Elliott, K. M. ve Shin, D. (2002). Student Satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept. *Journal of Higher Education*, 24(2), 197–209. doi:10.1080/136008002200001351.
- Helgesen, Ø. (2008). Marketing for higher education: A relationship marketing approach. *Journal of Marketing for Higher Education*, 18(1), 50-78.
- Helgesen, Ø. ve Nettet, E. (2007). Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College. *Corporate Reputation Review*, 10(1), 38–59. doi:10.1057/palgrave.crr.1550037
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of marketing*, 47(3), 9–20. doi:10.2307/1251193
- Marzo Navarro, M., Pedraja Iglesias, M. ve Rivera Torres, P. (2005). A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. *International Journal of educational management*, 19(6), 505-526.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(Kasım), 460-469.
- Oliver, R. L. ve DeSarbo, W. S. (1989). Processing satisfaction response in consumption: A suggested framework and response proposition. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction, and Complaining Behavior*, 2(1), 1-16.
- Peterson, M., Wagner, J. A. ve Lamb, C. W. (2001). The Role of Advising in Non-Returning Students' Perceptions of Their University. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(3), 45–59.
- Schertzer, C. B. ve Schertzer, S. M. B. (2004). Student Satisfaction and Retention: A Conceptual Model. *Journal of Marketing for Higher Education*, 14(1), 79–91.
- Tayyar, N. ve Dilşeker, F. (2012). Devlet ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(2), 184-203.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12.