

## HASTA MEMNUNİYETİNİN HASTA BAĞLILIĞI ÜZERİNE ETKİSİ

Ramazan ERDEM<sup>1</sup>  
Levent AVCI<sup>3</sup>  
Seda KÖSEOĞLU<sup>5</sup>  
Tuğba KESİCİ<sup>7</sup>  
Seda ÜZEL<sup>7</sup>

Süheyla RAHMAN<sup>2</sup>  
Bülent DEMİREL<sup>4</sup>  
Gülhan FIRAT<sup>6</sup>  
Şule KIRMIZIGÜL<sup>7</sup>  
Cemile KUBAT<sup>7</sup>

### ÖZ

Bu çalışmada, Elazığ il merkezinde biri üniversite üçü Sağlık Bakanlığı hastanesi olmak üzere dört hastaneden 497 hastanın hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı düzeyleri incelenmiştir. Genel olarak hastaların memnuniyet düzeyi ve bağlılık puanları orta noktanın üzerinde bulunmuştur. Her bir hastane hem hasta memnuniyeti hem de hasta bağlılığı açısından karşılaştırılmış, üniversite hastanesinin devlet hastanelerine göre hasta memnuniyeti açısından daha iyi durumda olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca demografik değişkenlerin hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığında bir farklılık oluşturup oluşturmadığı da test edilmiş, eğitim düzeyinin ve cinsiyetin bazı hasta memnuniyeti boyutlarında farklılığa neden olduğu görülmüştür. Son olarak hasta memnuniyeti ile hasta bağlılığı arasındaki ilişkiler çoklu regresyon modeli ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak bu çalışma, hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir.

**Anahtar kavramlar:** Hasta Memnuniyeti, Hasta Bağlılığı

### THE EFFECT OF PATIENT SATISFACTION ON PATIENT COMMITMENT

#### ABSTRACT

The levels of patient satisfaction and patient loyalty in 497 patients who were treated at the four hospitals were examined. One of these hospitals was university hospital and others were Ministry of Health hospitals. It was found the that levels of patient satisfaction and patient loyalty were high in general. In comparisons by hospitals, it was found that university hospital was high while other hospitals were low in the points of patient satisfaction. In addition, the relationship between the patient satisfaction, patient loyalty and demographic variables was investigated and it was discovered that education level and gender caused significant changes in some dimensions of patient satisfaction. In final, the relationship between patient satisfaction and patient loyalty were analyzed by multiple regression analysis. As a result, this study shows that patient satisfaction had a positive effect on patient loyalty.

**Key words:** Patient Satisfaction, Patient Loyalty

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr., Firat Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO.

<sup>2</sup> Öğretim Görevlisi Dr, Firat Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO.

<sup>3</sup> Başhekim, Uzman Dr., Sarahatun Kadın Hastalıkları ve Doğum Hastanesi.

<sup>4</sup> Hasta Hakları Birimi Sorumlusu, Sarahatun Kadın Hastalıkları ve Doğum Hastanesi.

<sup>5</sup> Tıbbi Dokümantasyon ve Sekreterlik Teknikeri.

<sup>6</sup> Öğrenci, Firat Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO.

<sup>7</sup> Ufuk Tıp Merkezi

## GİRİŞ

Günümüz sağlık hizmetleri, profesyonel işletmecilik bakış açısı ile şekillenmektedir. Daha fazla hasta çekme, gelen hastaları memnun etme ve hastanın ihtiyaç duyduğunda tekrar aynı hastaneyi tercih etmesini sağlama sağlık yöneticilerinin gündemlerindeki konulardandır. Türkiye açısından düşünüldüğünde, özel sektörün sağlık hizmetlerinde giderek daha fazla yer alması sağlık hizmetleri pazarı açısından rekabeti daha da artırmaktadır. Önceleri sağlık güvencesine göre hastaların gidebileceği hastaneler sınırlı iken, sağlık sisteminde son yıllarda yapılan değişikliklerle birlikte, hastaların hastane ve doktor tercihi yapabilmesine imkan tanınmıştır. Bütün bunlar, özel sektör ve kamu sektörünün hem kendi içlerinde hem de birbirleriyle daha fazla hasta çekebilmek için rekabet etmelerini gerektirmektedir.

Diğer taraftan, sağlık hizmeti sunucuları, eskiye oranla daha bilinçli bir hasta profili ile karşı karşıyadırlar. İnsanlar gerek iletişim araçları gerekse bilişim imkanları aracılığıyla, kendi sağlıklarıyla ilgili konularda bilgi sahibi olabilmekte, aldığı sağlık hizmetini farklı kaynaklardan topladığı bilgilerle değerlendirebilmektedir. Bu durumda eskinin “uysal”, “ne denirse yapan”, “azarlansa bile sesini çıkarmayan” hastası, bugün daha huysuz, daha nazlı, her an hastane ve doktor değiştirmeye hazır duruma gelmiştir.

Tıpkı diğer hizmetlerde olduğu gibi, sağlık hizmetlerinde de hastaya en iyi tıbbi bakımı veren ve onu diğer hizmetler (hizmetin hızı, ilgi ve nezaket, idari, teknik ve bürokratik kolaylıklar vb.) açısından memnun eden hastaneler daha çok hastanın ilgisini çekecektir. Bu açıdan sağlık hizmetlerinde hasta memnuniyeti, hasta bağlılığı, kalite yönetimi gibi konuların bundan sonra daha çok gündemde olacağı söylenebilir.

## I. TEORİK ÇERÇEVE

### A. HASTA MEMNUNİYETİ

Memnuniyet, tatmin edici bir durum olarak düşünülebilir. Müşteri çerçevesinden bakıldığında memnuniyet, belirli bir alış veriş sonucunda müşterinin ihtiyaçlarının karşılanma derecesi olarak tanımlanabilir (Oliver, 1999:34). Müşteri memnuniyeti, beklentiler ile algılanan ürün performansı arasında yapılan karşılaştırma sürecinin bir sonucu olarak da tanımlanabilir. Beklentilerin üzerindeki performans müşteriler tarafından olumlu şekilde, beklentilerin altındaki performans ise olumsuz şekilde onaylanacaktır. Bu onaylanma derecesi direkt olarak memnuniyet üzerinde belirleyici olmaktadır (Wangenheim ve Bayon, 2001:4; Ibanez et al., 2006:635).

Hasta memnuniyeti ile müşteri memnuniyeti kavramları birbirleri ile paralel olarak düşünülebilir. Müşteri memnuniyeti, sağlık hizmetleri için söz konusu olduğunda araştırmacılar tarafından “hasta memnuniyeti” olarak kavramsallaştı-

rılmıştır (Marley et al., 2004:355). Yine “tatmin” ve “memnuniyet” kelimeleri, birbirlerinin yerine kullanılabilir. Bazı yazarlar “hasta tatmini” kavramını, bazıları ise “hasta memnuniyeti” kavramını tercih edebilmektedir. Bu çalışmada kavram bütünlüğü sağlanması için “hasta memnuniyeti” kavramı kullanılacaktır.

Hasta memnuniyeti, hastaların aldıkları hizmetten beklemedikleri yararları, hastanın katlanmaktan kurtulduğu güçlükler, hizmetten beklemediği performans, hizmetin sunulmasının sosyo-kültürel değerlerine (kendi ve aile kültürüne, sosyal sınıf ve statüsüne, kendi zevk ve alışkanlıklarına, yaşam biçimine, önyargılarına) uygunluğuna bağlı bir işlemdir (Engiz, 2007). Görüldüğü gibi, hasta memnuniyeti bir çok değişkenin sonucunda ortaya çıkan bir durumdur. Ancak kavramı tanımlarken yazarların en çok dikkat çektiği nokta, hastanın hizmeti almadan önceki beklentileri ile aldıktan sonraki algılamaları arasındaki farktır (Yılmaz, 2001; Agustin ve Singh, 2005). Yani hasta memnuniyeti hastanın hastaneden ne umduğu ve ne bulduğu ile ilgili psikolojik bir tatmin düzeyi olarak görülebilir.

Hasta memnuniyeti, hasta bakım kalitesinin temel ölçütleri arasında sayılmaktadır (Yılmaz, 2001). Bu açıdan araştırmacılar daha çok konuyu hizmet kalitesi ile paralel olarak incelemektedirler (Varinli ve Çakır, 2004; Yağcı ve Duman, 2006). Bunun yanında hizmet kalitesi ile hasta memnuniyeti arasındaki ilişkilerin yönü ve miktarının her zaman aynı olmayacağı da ileri sürülmektedir (Dursun ve Çerçi, 2006:4).

## B. HASTA BAĞLILIĞI

Hasta bağlılığı kavramı, genel işletmecilik açısından ele alınan “müşteri bağlılığı”nın hastane hizmetlerine uyarlanmış halidir. Literatürde müşteri bağlılığı ile ilgili detaylı kavramsal tanımlamalar ve tartışmalar bulunmakla birlikte, özellikle Türkçe kaynaklarda “hasta bağlılığı” (ya da “hasta sadakâti”) kavramının azlığı dikkat çekicidir. Bazı çalışmalarda hastalar üzerinde yapılan bağlılık çalışmaları için de “müşteri bağlılığı” kavramı kullanılırken (Tengilimoğlu ve Sezgin, 2005), bir kısmında da hasta bağlılığı yerine “davranışsal niyetler” kavramı kullanılmıştır (Dursun ve Çerçi, 2004; Varinli ve Çakır, 2004). Hasta bağlılığı kavramını tanımlamadan önce, kavrama kaynaklık eden müşteri bağlılığının ne olduğunun anlaşılması gerekir.

Bir objeye (örneğin marka, mağaza, hizmet ya da şirket) bağlılık, o objeye karşı olumlu eğilimler beslemek ile kendini gösterir. Bu eğilimler davranışsal ya da tutumsal olabilir. Endüstri ve hizmet pazarlamasında davranışsal bağlılık alınan markanın tutması olarak görülür (East et al., 2005:10). Oliver (1999:34)’e göre bağlılık, tercih edilmiş bir ürün ya da hizmeti devamlı olarak yeniden satın almak ya da o ürün ya da hizmetin yeniden müşterisi olmak için içten duyulan bir sadakattir. Ancak bir ürünü tekrar satın alan müşterinin, bağlılıktan dolayı değil başka durumsal faktörlerden (alternatiflerin olmayışı, fiziksel yakınlık,

ücret vb.) etkilenecek de yeniden satın alma davranışı göstermesi mümkündür (Ibanez et al., 2006:634). Bu açıdan müşteri bağlılığının daha karmaşık bir tutum olduğu söylenebilir.

Müşteri bağlılığı dört aşamada gelişmektedir. Bilişsel bağlılık (cognitive loyalty), duygusal bağlılık (affective loyalty), davranışsal bağlılık (conative loyalty) ve eylemsel bağlılık (action loyalty). Bilişsel bağlılık, bir ürünün alternatiflerine göre tercih edilebileceğine dair müşteride bilgilerin oluşmasıdır. Bağlılığın ilk adımı bu aşamada atılmaktadır. Müşteri aldığı ürünün performansını, kullandığı hizmetin kalitesini değerlendirmektedir. Ancak herhangi bir ürünü özellikle tercih etme eğilimi yoktur. Eğer bu aşamada ürüne karşı olumlu bir değer elde edilmişse ikinci aşama olan duygusal bağlılık kendini gösterir. Bir ürün, işletme ya da markaya karşı burada olumlu bir tutum gelişmiştir. İlk izlenimler, üründen duyulan memnuniyet duygusal bağlılığı pekiştirir. Üçüncü aşama olan davranışsal bağlılıkta müşteri, ürüne ya da hizmete olumlu tavırlar takındığı için tekrar satın alma davranışı göstermektedir. Son aşama olan eylemsel bağlılıkta ise artık ürün ya da hizmet sürekli olarak satın alınmakta ve kullanılmaktadır. Arzulanan müşteri bağlılığı bu son aşamada ortaya çıkmaktadır. (Oliver, 1999:35-36; Özerdoğan, 2005:19; Tengilimoğlu ve Sezgin, 2005:157; ).

Hasta bağlılığını genel olarak, hastanın hastane ile ilişkilerini devam ettirip, diğer yandan hastanenin hizmetlerini potansiyel hastalara tavsiye etmesi olarak tanımlamak mümkündür (Engiz, 2007). Daha geniş bir tanım yapmak gerekirse hasta bağlılığı, hastanın hastane hizmetlerini beğenmesiyle ilgili olarak, ihtiyaç duyması halinde tekrar aynı hastaneyi tercih etme, hastanenin hizmetlerinden çevresindekilere olumlu olarak bahsetme ve hastaneyi “benim hastanem” şeklinde içten bir benimseme eğilimidir. Hasta bağlılığını, alınan tıbbi hizmetlere olan güven, hizmetlerin maliyetleri ve duygusal olarak elde edilen haz olmak üzere üç konunun şekillendirdiğini düşünmek mümkündür.

Müşteri bağlılığını olumlu yönde etkileyen en önemli faktörlerden biri alıcı ve satıcı arasındaki güven unsurunun oluşmasıdır. Güvenin müşteri bağlılığı yaratmadaki teşvik edici yönü uzun süreli ilişkilerin gelişiminde hayati bir öneme sahiptir. Güven, bir ilişki süreci içinde karşı tarafın niyeti hakkındaki inanç veya kanaatler olarak tanımlanabilir (Hacıfendioğlu, 2005:71). Bir çok mal ve hizmet için tüketicinin kalite ve hizmetin uygunluğu konusunda bir fikri vardır. Fakat sağlık bakımında tüketicinin kendisine uygulanan tedavi yönteminin uygunluğu ve kalitesi konusunda çok az bilgisi vardır (Erdem ve Yıldırım, 2003). Bu açıdan sağlık hizmetlerinde, hizmeti sunanlara duyulan güven çok daha önemlidir. Hastalar, özellikle ciddi sağlık sorunları olduğunda, daha güven duyulan bir sunucudan hizmet almak için daha çok maliyete katlanma eğilimindedirler. Hasta bağlılığında belirleyici olan ikinci faktör, hastanın mevcut hastane dışında diğer hastaneleri tercih ettiğinde katlanmak zorunda olduğu fazladan maliyet nedeniyle, mevcut hastaneden sağlık hizmeti almaya devam etmesidir.

Hasta ile hastane arasındaki uzaklık da bu çerçevede düşünülebilir. Son olarak hastanın hastaneye duygusal olarak bağlanması ise, maliyetlerden bağımsız olarak hastanın, hizmet aldığı hastanenin hizmet sunumundan, personelin ilgi ve nezaketinden dolayı hastaneye kendini yakın hissetmesidir.

Hastaları hastaneye bağlamanın bir çok avantajı bulunmaktadır. Öncelikle yeni hasta çekmek maliyetli ve zahmetli bir süreçtir. Hastaların memnuniyet durumları yeni hastaları beraberinde getirecektir. Çünkü insanlar özellikle sağlıklarıyla ilgili konularda eş ve dost tavsiyesinden daha çok etkilenmektedirler. Bu çalışmada hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerine etkisi incelenmektedir. Müşteri memnuniyeti ile müşteri bağlılığının incelendiği çalışmalarda (Varinli ve Çakır, 2004; Agustin ve Singh, 2005; Ibanez et al., 2006) müşteri memnuniyetinin bağlılık üzerinde direkt ya da dolaylı olarak etkili olduğu vurgulanmaktadır. Konunun sağlık hizmetleri açısından durumu, bu çalışmanın öncelikli amaçlarından birisidir.

## II. GEREÇ VE YÖNTEM

### A. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerindeki etkisini incelemektir. Bu amaçla Elazığ il merkezindeki 4 hastaneden 497 hastaya ulaşılmış ve hastaların memnuniyet düzeyleri ve hizmet aldıkları hastaneye olan bağlılıkları ölçülmüştür. Hastalar hem memnuniyet hem de bağlılık puanları açısından çeşitli değişkenlere göre de karşılaştırılmıştır.

### B. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini Elazığ il merkezindeki dört hastaneden yatarak hizmet alan hastalar oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Araştırmacılar klinikleri dolaşarak görüşmeye uygun olan hastalara anketleri doldurtmuşlardır. Bu şekilde dört hastaneden 497 hastaya ulaşılmıştır.

### C. ÖLÇÜM ARAÇLARI

Araştırmada kullanılan Hasta Memnuniyeti Anketi ve Hasta Bağlılığı Anketi, çalışmanın yazarlarından Erdem tarafından literatür taraması yapılarak geliştirilmiştir. **Hasta Memnuniyeti Anketi:** Bu ankette 15 ifade bulunmaktadır. İfadeler 5'li Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. Her bir ifade dört hasta memnuniyeti alt boyutuyla ilişkilendirilmiştir. Bunlar; tıbbi hizmetlerden memnuniyet, idari hizmetlerden memnuniyet, ilgi ve nezaket ve genel memnuniyet alt boyutlarıdır. **Hasta Bağlılığı Anketi:** Hasta bağlılığını tek boyutta ölçen bu ankette 13 ifade bulunmaktadır. Her bir ifade 5'li Likert ölçeği ile değerlendirilmiştir. İki ifade ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğü için anketten çıkarılmıştır. Geri kalan 11 ifadenin puanlarının ortalaması alınarak hasta bağlılığı puanı hesaplanmıştır.

## III. BULGULAR

### A. DEMOGRAFİK BULGULAR

Araştırma kapsamındaki hastaların demografik değişkenlere göre dağılımı Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1:** Hastaların Demografik Değişkenlere Göre Dağılımı

Değişkenler	Sayı	Yüzde
<b>Hastane</b>		
Fırat Üniversitesi Hastanesi	125	25,2
Elazığ Eğt.ve Araşt. Hst.	102	20,5
Harput Devlet Hastanesi	140	28,2
Sarahatun Doğumevi	130	26,2
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	155	31,2
Kadın	342	68,8
<b>Yaş (Yıl)</b>		
- 25	109	22,4
36-49	213	43,8
50 +	164	33,7
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	380	77,7
Bekar	84	17,2
<b>Eğitim</b>		
Okula Gitmemiş	127	26,5
İlköğretim	219	45,7
Lise	97	20,3
Üniversite	36	7,5
<b>Gelir (YTL)</b>		
- 500	196	53,4
501-1000	137	37,3
1001 +	34	9,3
<b>Toplam</b>	<b>497</b>	<b>100,0</b>

Araştırma kapsamındaki dört hastaneden birisi Fırat Üniversitesi Hastanesidir. Diğer hastaneler Sağlık Bakanlığı'na bağlıdır. Hastaların çoğunluğu kadın (%68.8) ve evlidir (%77.7). Eğitim durumu açısından hastaların yarıya yakını ilköğretim mezundur (%45.7). Gelir düzeyi açısından geliri 500 YTL ve daha az olan hastalar örneklemin yarısından fazla (%53.4) bir grubu oluşturmaktadır.

### B. HASTA MEMNUNİYETİ VE HASTA BAĞLILIĞINA İLİŞKİN BULGULAR

Anketlerdeki soru sayıları, puan aralıkları, her bir boyutun ortalama puanları, standart sapmaları ve Cronbach alfa değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2:** Araştırmada Kullanılan Anketlerin Psikometrik Özellikleri

Anketler	Soru Sayısı	Puan Aralığı	Ortalama	Standart Sapma	Cronb. Alfa
<b>Hasta Memnuniyeti</b>					
Tıbbi Hizm. Memnuniyet	3	1-5	4.049	0.869	0.72
İlgi ve Nezaket	5	1-5	4.211	0.907	0.65
İdari Hizm. Memnuniyet	6	1-5	3.940	0.877	0.82
Genel Memnuniyet	15	1-5	4.080	0.816	0.90
<b>Hasta Bağlılığı</b>	11	1-5	3.773	0.979	0.92

Araştırmada kullanılan anketler ve içerisindeki boyutların Cronbach alfa katsayıları 0.65 ile 0.92 arasındadır. Bu da ölçüm araçlarının güvenli olduğunu göstermektedir.

Genel olarak hastaların memnuniyet puanlarına bakıldığında, hastanede en çok ilgi ve nezaketten memnun oldukları, en az ise idari hizmetlerden memnun oldukları bulunmuştur. Ancak tüm memnuniyet boyutlarında hastaların orta nokta olan 3'ün üzerinde puan aldıkları görülmektedir. Hastalar, hasta bağlılığı boyutundan ise yine orta noktanın üzerinde puan almışlardır. Hasta memnuniyetini ölçen ifadelerin her birinin aritmetik ortalama ve standart sapmaları Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3:** Hasta Memnuniyeti İfadelerinin Ortalama ve Standart Sapmaları

No	İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1.	Hastanedeki kabul, danışma ve bilgilendirme hizmetlerinden	4.15	1.12
2.	Hekimlerin ilgisi ve nezaketinden	4.32	1.01
3.	Hekimlerin teşhis ve tedavi konusunda sizi bilgilendirmesinden	4.23	1.37
4.	Hemşirelerin ilgisi ve nezaketinden	4.14	1.13
5.	Diğer personelin ilgisi ve nezaketinden	4.10	1.14
6.	Verilen hizmetlerin hızından	3.96	1.20
7.	Hastanenin temizliğinden	4.14	1.10
8.	Laboratuvar hizmetlerinden	4.00	1.11
9.	Kantin ve kafeterya hizmetlerinden	3.71	1.29
10.	Beslenme hizmetlerinden	3.79	1.21
11.	Lavabo ve tuvalet hizmetlerinden	3.73	1.35
12.	Hasta mahremiyetine saygıdan	4.14	1.00
13.	Evrak işlemlerinden	4.07	1.09
14.	Tahlil ve tetkiklerin güvenilirliğinden	4.19	0.94
15.	Genel olarak hastaneden aldığım hizmetten	4.20	1.01

Tablo 3'teki hasta memnuniyetini ölçen ifadelerle bakıldığında, hastalar "kantin ve kafeterya hizmetlerinden", "lavabo ve tuvalet hizmetlerinden" ve "beslenme hizmetlerinden" daha az memnunken; "hekimlerin ilgi ve nezaketinden", "hekimlerin teşhis ve tedavi konusunda hastaları bilgilendirmesinden", "genel olarak hastaneden alınan hizmetten" en fazla memnun oldukları görülmektedir. Tablo 3'teki ifadelerden 1., 7., 9., 10., 11. ve 13. maddeler "idari hizmetlerden memnuniyet", 2., 3., 4., 5. ve 12. maddeler "ilgi ve nezaket", 6., 8. ve 14. ifadeler "tıbbi hizmetlerden memnuniyet" ve 1-15 arası tüm ifadeler de "genel memnuniyet" başlıkları altında gruplandırılmıştır.

Araştırma kapsamındaki hastaların hasta bağlılığı boyutunu oluşturan her bir ifadede aldıkları puanların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4:** Hasta Bağlılığı İfadelerinin Ortalama ve Standart Sapmaları

No	İfadeler	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
1.	Bu hastaneyi tercih etmemin nedeni diğerlerine göre daha kaliteli hizmet vermesindedir.	3.64	1.29
2.	Arkadaşlarıma ve çevremdeki diğer insanlara bu hastaneyi tavsiye ederim.	4.02	1.18
3.	Hastaneden aldığım hizmetlerden şimdiye kadar bir hoşnutsuzluğum olmadı.	3.96	1.33
4.	Fazladan para verecek olsam bile yine bu hastaneyi tercih ederim.	3.34	1.54
5.	Bu hastanede kendimi evimde gibi hissediyorum.	3.58	1.37
6.	Hastane çalışanlarının özel ilgi gösterdiklerini hissediyorum.	3.82	1.31
7.	Tekrar sağlık hizmeti ihtiyacım olsa yine bu hastaneyi tercih ederim.	3.99	1.22
8.	Diğer hastaneler daha iyi hizmet sunmuş olsalar bile bu hastaneyi kolay kolay bırakmam.	3.27	1.47
9.	Bu hastanenin müşterisi olmaktan memnunum.	3.95	1.19
10.	Bu hastane beklentilerimi en iyi şekilde karşılar.	3.91	1.17
11.	Bana en uygun sağlık hizmetini bu hastanenin verdiğini düşünüyorum.	3.94	1.20

Tablo 4'teki hasta bağlılığını ölçen ifadelerle bakıldığında, hastalar en düşük puanı "diğer hastaneler daha iyi hizmet sunmuş olsalar bile bu hastaneyi kolay kolay bırakmam" ve "fazladan para verecek olsam bile yine bu hastaneyi tercih ederim" ifadelerinden; en yüksek puanı ise "arkadaşlarıma ve çevremdeki diğer insanlara bu hastaneyi tavsiye ederim" ve "tekrar sağlık hizmeti ihtiyacım olsa yine bu hastaneyi tercih ederim" ifadelerinden almışlardır.

Araştırma kapsamındaki hastaların memnuniyet ve hasta bağlılığı puanlarının hastanelere göre karşılaştırılması Kruskal-Wallis Varyans Analizi ile yapılmış ve sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5:** Hasta Memnuniyeti ve Hasta Bağlılığı Puanlarının Hastanelere Göre Karşılaştırılması

Değişkenler	Hasta Memnuniyeti				Hasta Bağlılığı
	Tıbbi Hizm. Memn.	İdari Hizm. Memn.	İlgi ve Nezaket	Genel Memn.	
Hastaneler	X (Ss)	X (Ss)	X (Ss)	X (Ss)	X (Ss)
Fırat Üniversitesi Hastanesi	4.043 (1.137)	4.109 (1.023)	4.335 (0.943)	4.188 (0.982)	3.719 (1.141)
Elazığ Eğt. ve Araş. Hastanesi	3.972 (0.894)	3.828 (0.837)	4.202 (1.148)	4.019 (0.839)	3.818 (0.786)
Harput Devlet Hastanesi	4.058 (0.577)	3.861 (0.721)	4.245 (0.601)	4.069 (0.595)	3.907 (0.815)
Sarahatun Kadın Hst. ve Doğ. Hst.	4.103 (0.836)	3.954 (0.891)	4.066 (0.923)	4.040 (0.821)	3.640 (1.107)
<i>Karşılaştırma (Kruskal-Wallis Varyans Analizi)</i>	$X^2=6.528$ $p=0.089$	$X^2=15.263$ $p=0.002$	$X^2=17.437$ $p=0.001$	$X^2=12.933$ $p=0.005$	$X^2=1.641$ $p=0.650$
<b>Toplam</b>	<b>4.049</b> (0.869)	<b>3.940</b> (0.877)	<b>4.211</b> (0.907)	<b>4.080</b> (0.816)	<b>3.773</b> (0.979)

Tablo 5'te de görüleceği gibi, tıbbi hizmetlerden memnuniyet puanı ( $X^2=6.528$ ,  $p=0.089$ ) ile hasta bağlılığı puanı ( $X^2=1.641$ ,  $p=0.650$ ) hastanelere göre farklılık göstermemektedir. Bunun yanında idari hizmetlerden memnuniyet ( $X^2=15.263$ ,  $p=0.002$ ), ilgi ve nezaket ( $X^2=17.437$ ,  $p=0.001$ ) ve genel memnuniyet ( $X^2=12.933$ ,  $p=0.005$ ) puanları hastanelere göre farklılaşmaktadır. Yapılan ikili karşılaştırmalarla, her üç boyutta da Fırat Üniversitesi Hastanesi hastalarının diğer hastanelerin hastalarına göre daha yüksek düzeyde memnun oldukları anlaşılmıştır.

Memnuniyet düzeyleri ve hasta bağlılığı puanları demografik değişkenler açısından da karşılaştırılmıştır. Yaş, medeni durum ve gelir düzeyinin hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı puanlarında herhangi bir farklılığa neden olmadığı görülmüştür. Bunun yanında cinsiyet değişkeninin idari hizmetlerden memnuniyet ( $Z=-2.034$ ,  $p=0.042$ ) ve genel memnuniyet ( $Z=-2.057$ ,  $p=0.040$ ) boyutlarında farklılığa neden olduğu bulunmuştur. Her iki boyutta da erkek hastaların kadın hastalara göre daha fazla memnun oldukları anlaşılmıştır.

Eğitim düzeyi değişkeni tıbbi hizmetlerden memnuniyet ve idari hizmetlerden memnuniyet boyutlarında herhangi bir farklılığa neden olmazken; ilgi ve nezaket ( $X^2=13.124$ ,  $p=0.004$ ), genel memnuniyet ( $X^2=8.261$ ,  $p=0.041$ ) ve hasta bağlılığı ( $X^2=8.701$ ,  $p=0.034$ ) puanlarında farklılığa neden olmaktadır. Yapılan

ikili karşılaştırmalar sonucunda, ilgi ve nezaket boyutunda lise mezunlarının diğer gruplardan puanının düşük olmasının farklılık nedeni olduğu anlaşılmıştır. Üniversite mezunları istisna tutulduğunda, eğitim düzeyi arttıkça ilgi ve nezaketten duyulan memnuniyet puanının azaldığı görülmektedir. Genel memnuniyet boyutunda ise farklılığın, okula gitmeyen hastaların lise mezunu hastalara göre daha yüksek puan almasından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Buradan hareketle eğitim düzeyi yüksek hastaların hastane hizmetlerinden memnuniyet düzeyinin azaldığı söylenebilir. Hasta bağlılığı puanlarındaki farklılaşma ise okula gitmemiş hastaların diğerlerine göre daha yüksek puan almasından kaynaklanmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe hasta bağlılığı azalmaktadır.

### C. HASTA MEMNUNİYETİNİN HASTA BAĞLILIĞINA ETKİSİ

Hasta memnuniyeti ile hasta bağlılığı arasındaki ilişkiler öncelikle Pearson Korelasyon analizi ile incelenmiştir (bakınız Tablo 6).

**Tablo 6:** Hasta Memnuniyeti ile Hasta Bağlılığı Arasındaki İlişkiler

		Boyutlar				
		1	2	3	4	5
Hasta Memnuniyeti	1. İlgi ve Nezaket	1				
	2. İdari Hizmetlerden Memnuniyet	0.691 0.000	1			
	3. Tıbbi Hizmetlerden Memnuniyet	0.713 0.000	0.764 0.000	1		
	4. Genel Memnuniyet	0.893 0.000	0.924 0.000	0.887 0.000	1	
<b>5. Hasta Bağlılığı</b>		0.641 0.000	0.632 0.000	0.616 0.000	0.718 0.000	1

Tablo 6'da da görüleceği gibi, hasta memnuniyeti alt boyutları arasında pozitif ve güçlü ilişkiler bulunmaktadır. Bunun yanında hasta memnuniyeti ile ilgili her bir boyut ile hasta bağlılığı puanları arasındaki ilişkiler de güçlü ve pozitif yöndedir. Hasta memnuniyeti boyutlarından hangisinin hasta bağlılığı üzerinde daha fazla etkisinin olduğunu bulunması için adımsal çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Çoklu regresyon analizinin sağlıklı sonuçlar verebilmesi için öncelikle bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantının (multicollinearity) olmaması gerekmektedir. Bu sorunu tespit etmeye yönelik yapılan analizlerde VIF (Variance Inflation Factor) değerleri yüksek çıkmıştır. Bu da bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olduğunu göstermektedir. Bu sorunu aşmak için önerilen yöntemlerden birisi, bağımsız değişkenlerden birinin veya bir kaçının regresyon denkleminde çıkarılmasıdır (Kalaycı, 2006). Genel memnuniyetin diğer boyutlarla olan yüksek korelasyonu, bunun çoklu bağlantı sorununa yol açan boyut olduğunu göstermektedir. Bu boyut regresyon denkleminde çıkarıldığı takdirde çoklu bağlantı sorunu ortadan kalkmaktadır (VIF<10).

Hasta memnuniyeti boyutlarının hasta bağlılığı üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan adımsal çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 7’de gösterilmektedir. Tablodaki  $R^2$ , regresyon denklemindeki bağımsız değişkenin, bağımlı değişkende meydana getirdiği varyansın yüzdesini;  $\Delta R^2$ , denkleme eklenen yeni bağımsız değişkenin açıklanan varyansa olan katkısını;  $\Delta F$ , değişken eklendiğinde F değerini,  $\Delta p$  ise yeni değişkenin açıklanan varyansa olan katkısının anlamlılık derecesini göstermektedir. Adımsal çoklu regresyon analizinde  $\beta$  değeri, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü gösteren standardize edilmiş regresyon katsayısıdır. En yüksek  $\beta$  değerine sahip olan bağımsız değişken, görece olarak en önemli etken faktördür (Büyüköztürk, 2002).

**Tablo 7:** Hasta Memnuniyetinin Hasta Bağlılığına Etkisi

Bağımsız Değişken	Modelin Özeti				Katsayı			ANOVA	
	$R^2$	$\Delta R^2$	$\Delta F$	$\Delta p$	$\beta$	t	p	F	p
İlgi ve Nezaket	0.419	0.419	289.869	0.000	0.319	5.846	0.000	289.869	0.000
İdari Hizmetler	0.492	0.073	57.451	0.000	0.291	5.025	0.000	194.012	0.000
Tıbbi Hizmet	0.502	0.010	8.007	0.005	0.172	2.830	0.005	134.271	0.000

**Not:** Standart  $\beta$  ağırlıkları ve t değerleri son adıma (3.adım) göre alınmıştır.

Adımsal çoklu regresyon analizi yapılırken, denkleme ilk giren ilgi ve nezaket boyutunun ( $\Delta F=289.869$ ,  $\Delta p=0.000$ ), ikinci olarak eklenen idari hizmetlerden memnuniyet boyutunun ( $\Delta F=57.451$ ,  $\Delta p=0.00$ ) ve üçüncü olarak eklenen tıbbi hizmetlerden memnuniyet boyutunun ( $\Delta F=8.007$ ,  $\Delta p=0.005$ ) hasta bağlılığı boyutunda gözlenen varyansın istatistiksel olarak anlamlı bir yüzdesini açıkladığı görülmüştür. Her üç bağımsız değişkenin eklendiği üçüncü adımda hasta memnuniyeti boyutları ile hasta bağlılığı değişkeni arasında kurulan çoklu regresyon modeli önemli bulunmuştur ( $F=134.271$ ,  $p=0.000$ ). Bu model, hasta bağlılığı boyutundaki değişimin %50.2’sini ( $R^2=0.502$ ) açıklamaktadır.

Tablo 7’deki  $\beta$  değerlerine bakarak, hasta bağlılığını etkileyen memnuniyet boyutlarını görmek mümkündür. İlgi ve nezaket hasta bağlılığını etkileyen en önemli bağımsız değişkendir ve bu iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmaktadır ( $\beta=0.319$ ,  $t=5.846$ ,  $p=0.000$ ). İkinci olarak hasta bağlılığı üzerinde etkiye sahip değişken idari hizmetlerden memnuniyet boyutudur ( $\beta=0.291$ ,  $t=5.025$ ,  $p=0.000$ ). Son olarak tıbbi hizmetlerden memnuniyet de hasta bağlılığına etki etmektedir ( $\beta=0.172$ ,  $t=2.830$ ,  $p=0.005$ ). Bu sonuçlar göstermektedir ki, hasta memnuniyeti hasta bağlılığına önemli derecede etki yapmaktadır ve memnuniyet düzeyi arttıkça hastalar hastanelere daha çok bağlanmaktadır. Hasta bağlılığın en fazla etki eden memnuniyet boyutu ilgi ve neza-

kettir ve bunu sırasıyla idari hizmetlerden memnuniyet ve tıbbi hizmetlerden memnuniyet boyutları izlemektedir.

## TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada Elazığ il merkezindeki hastanelerden 497 hastanın, hastanelerinden memnuniyet düzeyleri, hastanelerine bağlılıkları ve hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Genel olarak hastaların hastanelerinden orta düzeyden daha yüksek bir derece ile memnun oldukları söylenebilir. Tek tek maddelere bakıldığında hastaların en fazla “hekimlerin ilgi ve nezaketinden” en az da “kantın ve kafeterya hizmetlerinden” memnun oldukları görülmüştür. Aytar ve Yeşildal (2004) tarafından yatan hastalar üzerinde yapılan araştırmada da, hastaların en fazla hekimlerden en az da fiziki ve teknik koşullardan memnun oldukları bulunmuştur. Boyutlar bazında memnuniyet düzeylerine bakıldığında, hastalar  $4.211 \pm 0.907$  puanla en fazla ilgi ve nezaketten, en az da  $3.940 \pm 0.877$  puanla idari hizmetlerden memnun olduklarını ifade etmişlerdir.

Hastaların hasta bağlılığı puanı ise  $3.773 \pm 0.979$  olarak bulunmuştur. Bu sonuç da hastaların hastanelerine orta noktanın üzerinde bağlılık duyduklarını göstermektedir. Gerek hasta memnuniyeti ve gerekse hasta bağlılığı puanlarının orta noktanın üzerinde olması, çoğu hastanın hizmet aldığı hastaneyi tercih ederek gelmiş olmasından kaynaklanabilir. Bilindiği üzere sağlık sisteminde son yıllarda yapılan değişikliklerle birlikte, hastalara hastane tercihinde fırsatlar tanınmıştır.

Hasta memnuniyeti puanları araştırma kapsamındaki dört hastaneye göre karşılaştırıldığında, tıbbi hizmetlerden memnuniyet açısından bir farklılık bulunmazken, idari hizmetlerden memnuniyet, genel memnuniyet ve ilgi ve nezaket açısından hastaneler farklılık göstermektedir. Farklılık gösteren bu boyutlarda Fırat Üniversitesi Hastanesi’ndeki hastaların diğer hastanelerin hastalarına göre hastanelerinden daha çok memnun oldukları anlaşılmıştır. Bunda Fırat Üniversitesi Hastanesi’nin bir üniversite hastanesi olması nedeniyle diğer hastanelere göre daha donanımlı olmasının etkisi olabilir. Aslan ve Özata (2005) tarafından yapılan bir araştırmada da üniversite hastanesi hastalarının devlet ve SSK hastanesi hastalarına göre memnuniyet düzeyinin yüksek olduğu bulunmuştur.

Hasta bağlılığı açısından hastaneler karşılaştırıldığında ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Yılmaz (2001:72)’in aktardığına göre hastaların yaş, cinsiyet ve eğitim durumu gibi demografik değişkenlerinin hasta memnuniyeti üzerindeki etkileri konusunda farklı araştırmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu araştırmada demografik değişkenler açısından sadece cinsiyet ve eğitim düzeyinin hasta memnuniyeti boyutlarında farklılığa neden olduğu bulunmuştur. Erkek hastala-

rın kadın hastalara göre idari hizmetlerden memnuniyet ve genel memnuniyet puanları daha yüksek bulunmuştur. Sayıca az olan üniversite mezunu hastalar istisna tutulduğunda, ilgi ve nezaket ile genel memnuniyet boyutlarında okula gitmemiş hastaların lise mezunu hastalara göre daha fazla puan aldıkları görülmüştür. Eğitim düzeyi yüksek hastaların hastaneden beklentilerinin daha fazla olması nedeniyle, daha az memnun oldukları söylenebilir. Eğitim düzeyine göre hastalar hasta bağlılığı puanları açısından karşılaştırıldığında, okula gitmemiş hastaların bağlılık puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Hasta memnuniyetinin hasta bağlılığı üzerinde önemli derecede etkili olduğu hem korelasyon analizi hem de çoklu regresyon analizi ile anlaşılmıştır. Hasta bağlılığının en fazla ilgi ve nezaket boyutundan etkilendiği görülmektedir. Bunu idari hizmetlerden memnuniyet ve son olarak da tıbbi hizmetlerden memnuniyet boyutları takip etmektedir. Türkiye’de yapılan bazı çalışmalarda da hasta memnuniyetinin hastaların hastaneyi tekrar tercihe etme ve başkalarına tavsiye etme kararları üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır (Dursun ve Çerçi, 2004; Varinli ve Çakır, 2004; Ibanez et al., 2006:635). Hasta ile hekim arasındaki bilgi asimetrisinden dolayı, hastalar kendilerine sunulan tıbbi hizmetleri tam olarak değerlendirememektedirler (Erdem ve Yıldırım, 2003). Bu çalışmada da tıbbi hizmetlerden memnuniyet boyutu hasta bağlılığına en az etki eden faktör olarak bulunmuştur. Hastaları hastaneye, daha çok ilgi ve nezaket ile idari hizmetlerden duyulan memnuniyet bağlamaktadır.

Hasta bağlılığı, hastanenin uygulayacağı pazarlama stratejileri içinde önemli bir yer tutmalı, bu amaçla hastane yönetimi tarafından desteklenmelidir. Özellikle müşteri ile direkt ilişkide bulunan hastane personeli bu konuda işe alınmadan önce eğitime tabi tutulmalıdır (Tengilimoğlu ve Sezgin, 2005:164). Sağlık personelinin kişilik özellikleri, gösterilen nezaket, şefkat, ilgi ve anlayış, profesyonel tutumları, bilgi ve becerilerini sunma biçimleri, özellikle hasta-hemşire ilişkisi hasta memnuniyeti üzerinde önemli rol oynamaktadır (Yılmaz, 2001:71).

Son yıllarda işletmeler müşteri merkezli bir anlayışla şekillenmektedir. Bu bağlamda müşteri ilişkileri yönetimi (consumer relationship management) stratejileri uygulanmakta ve bu çerçevede kaybedilen müşterilerin kazanılması, mevcut müşterilerin bağlılıklarının artırılması ve yeni müşterilerin bulunmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Sektördeki artan rekabet ve değişen hasta profili de hastaneleri bu anlayışa doğru zorlamaktadır. Hastanelerde hasta ilişkileri yönetimi birimlerinin kurulması ve bu birimlere fonksiyonellik kazandırılması, rakiplere karşı üstünlük sağlamak için kullanılacak yöntemlerdir. Bu birimin öncelikli yapacağı işler arasında sürekli hasta memnuniyeti ölçümleri yapmak, hastalara ilişkin bir veri tabanı hazırlamak, hasta şikayetlerini dinlemek ve değerlendirmek, hastaları hastaneden ayrıldıktan sonra da izlemek ve onlar-

dan alınan geribildirimler ile hastanenin hastalarla ilişkilerini geliştirmek bulunmaktadır. Bu birimin çalışmaları, aynı zamanda hastane üst düzey yöneticileri tarafından stratejik hedefler belirlenirken dikkate alınmalıdır.

Hasta memnuniyetinin araştırılmasındaki amaç, ihtiyaç halinde hastanın hastane hizmetlerini tekrar kullanmasını sağlamak, dolayısıyla kuruma müşteri kazandırmaktır. Gerek özel sektörün sağlık sektörü içerisindeki payının artması gerekse hastalara hasta ve doktor tercihi imkanı tanınması nedeniyle önümüzdeki yıllarda hasta memnuniyeti ve hasta bağlılığı kavramları araştırmacıların dışında uygulayıcıların da gündemlerini meşgul edecektir.

## KAYNAKÇA

- AGUSTIN, Clara ve Jadjip SINGH; (2005), “Curvilinear Effects of Consumer Loyalty Determinants in Relational Exchanges”, **Journal of Marketing Research**, XLII, ss.96-108.
- ASLAN, Şebnem ve Musa ÖZATA; (2005) “Poliklinik Hastalarının Müşteri Memnuniyetini Belirlemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma: Konya Kamu Hastaneleri Örneği”, **Sağlık ve Hastane Yönetimi 2. Ulusal Kongresi (Uluslararası Katılımlı) Bildiriler Kitabı**, ss.554-565.
- AYTAR, Gülşen ve Nuray YEŞİLDAL; (2004), “Yatan Hasta Memnuniyeti”, **Düzce Tıp Fakültesi Dergisi**, 3, ss.10-14.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener; (2002), **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi Elkitabı**, Pegem A Yayınları, Ankara, 213s.
- DURUN, Yunus ve Meral ÇERÇİ; (2004) “Algılanan Sağlık Hizmeti Kalitesi, Algılanan Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyet İlişkileri Üzerine Bir Araştırma”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 23, ss.1-16.
- EAST, Robert; Philip GENDALL; Kathy HAMMOND ve Wendy LOMAX; (2005), “Consumer Loyalty: Singular, Additive or Interactive”, **Australasian Marketing Journal**, 13(2), ss.10-26.
- ENGİZ, Oğuz; (2007) “Sağlık Hizmetlerinde Hasta Tatmini”, İnternet Adresi: <http://www.merih.net/ml/woguzen21.htm>, Erişim Tarihi: 10.08.2007.
- ERDEM, Ramazan ve H.Hüseyin YILDIRIM; (2003), “Sağlık Hizmetlerinde Vekalet İlişkisi ve Arzın Talep Yaratması Problemi”, **Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi**, 6(2), ss.3-26.
- HACİEFENDİOĞLU, Şenol; (2005), “İlişki Pazarlaması ve Turizm Sektöründe Bir Saha Araştırması”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 9(1), ss.69-93.
- IBANEZ, Vanessa A.; Patrick HARTMANN ve P. Zorilla CALVO; (2006), “Antecedents of Customer Loyalty in Residential Energy Markets: Service Quality, Satisfaction, Trust and Switching Costs”, **The Service Industries Journal**, 26(6), ss.633-650.
- KALAYCI, Şeref; (2006), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayınları, Ankara, 426s.
- MARLEY, Kathryn A.; David A. COLLIER ve Susan M. GOLDSTEIN; (2004), “The Role of Clinical and Process Quality in Achieving Patient Satisfaction in Hospitals”, **Decision Sciences**, 25(3), ss.349-369.
- OLIVER, Richard L.; (1999) “Whence Consumer Loyalty”, **Journal of Marketing**, 63, ss.33-44.

- ÖZERDOĞAN, Mehmet Ali; (2005), **Konfeksiyon Sektöründe Markalaşma**, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İzmir, 141s.
- TENGİLİMOĞLU, Dilaver ve Belgin SEZGİN; (2005), “Hastanelerde Pazarlama Faaliyetlerinin Müşteri Bağlılığına Etkisi: Bir Alan Çalışması”, **Sağlık ve Hastane Yönetimi 2. Ulusal Kongresi (Uluslararası Katılımlı) Bildiriler Kitabı**, ss.154-165.
- VARİNLİ, İnci ve Aysel ÇAKIR; (2004), “Hizmet Kalitesi, Değer, Hasta Tatmini ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişki –Kayseri’de Poliklinik Hastalarına Yönelik Bir Araştırma–”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 17(2), ss.33-52.
- WANGENHEIM, Florian v. ve Tomas BAYON; (2006), “Satisfaction, Loyalty and Word of Mouth within a Firm’s Consumer Base: Differences Between Stayers, Switchers and Referral Switchers”, **Journal of Consumer Behavior**, 3(3), ss.211-220.
- YAĞCI, M. İsmail ve Teoman DUMAN; (2006), “Hizmet Kalitesi-Müşteri Memnuniyeti İlişkilerinin Hastane Türlerine Göre Karşılaştırılması: Devlet, Özel ve Üniversite Hastaneleri Uygulaması”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 7(2), ss.218-238.
- YILMAZ, Meryem; (2001), “Sağlık Bakım Kalitesinin Bir Ölçütü: Hasta Memnuniyeti”, **Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi**, 5(2), ss.69-74.