



Ahmet Özbek

Marmara University, aozbek@marmara.edu.tr, İstanbul-Turkey

DOI	http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2021.16.1.1A0465
ORCID ID	0000-0001-5015-8082
CORRESPONDING AUTHOR	Ahmet Özbek

DENİM GİYSİ KAYNAKLI MÜŞTERİ ŞİKÂyetLERİNİN İNCELENMESİ

ÖZ

Müşteri şikâyeti, müşterilerden gelen olumsuz geri bildirimdir. Bu çalışmanın amacı, müşterilerin denim giysi şikâyetlerini incelemektir. Ardından tespit edilen şikâyetlere, uzman görüşlerini kullanarak çözüm önerileri sunmaktır. Belirlenen amaca ulaşmak için, bir denim markasına yönelik müşteri şikâyetleri www.sikayetvar.com web sitesi aracılığıyla incelenmiştir. İnceleme sonucunda, müşterilerin en fazla şikâyetlerinin; renk solması, bollaşma ve yırtık olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra tespit edilen sorunların çözümü için uzman görüşleri alınmıştır. Uzmanlara göre; Denim kumaşların indigo boyar maddelerle boyanmaları nedeniyle renk değiştirme ve renk vermesi normaldir. Denim kumaşların ipliklerinde likra kullanılması ayrıca denim pantolon üretimde yüksek gramajlı denim kumaş kullanılması bollaşmayı önleyebilir. Denim kumaş üretimde kullanılan ipliklerin çift katlı ve sert bükümlü olması ayrıca geniş baldırlı müşterilere bol kesim ve/veya elastomer malzemeli yumuşak kumaşlı denim pantolonların önerilmesi yırtılmaları azaltabilir.

Anahtar Kelimeler: Denim Giysi, Pantolon, Müşteri Şikâyeti, Uzman Görüşü, www.sikayetvar.com

CUSTOMERS DENIM GARMENT COMPLAINTS REVIEW

ABSTRACT

Customer complaint is negative feedback from customers. The aim of this study is to examine the denim clothing complaints of customers. Then, to provide solutions to the detected complaints by using expert opinions. In order to achieve the determined goal, customer complaints against a denim brand have been examined through the website www.sikayetvar.com. As a result of the examination, it has been determined that the most complaints of the customers were discoloration, slackening and tearing. Then, expert opinions have been taken to solve the problems identified. According to experts; It is normal for denim fabrics to change color because they are dyed with indigo dyes. The use of lycra in the yarns of denim fabrics and the use of high-weight denim fabrics in the production of denim pants can prevent slack. The fact that the yarns used in denim fabric production are double-layered and hard twisted, and also, suggesting loose-cut and / or soft fabric denim trousers with elastomer materials to customers with wide calves can reduce tearing.

Keywords: Denim Clothing, Trouser, Customer Complaints, Expert Opinion, www.sikayetvar.com

How to Cite:

Özbek, A., (2021). Denim Giysi Kaynaklı Müşteri Şikâyetlerinin İncelenmesi, Engineering Sciences (NWSAENS), 16(1):1-14, DOI: 10.12739/NWSA.2021.16.1.1A0465.

1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Birinci Sanayi Devrimi'ne geç adapte olan ülkeler, sanayileşmek amacıyla 20. yy ikinci yarısından itibaren hazır giyim üretimine yatırım yapmaya başlamışlardır. Bu yatırımlar sonucunda, hazır giyim sektörü küreselleşmiştir [1]. Sektörün küreselleşmesi uluslararası rekabeti artırarak giysi fiyatlarını düşürmüş ayrıca giysi çeşitliliğini de artırmıştır. Sektördeki bu değişim, hazır giyim tüketicileri üzerinde de etkili olmuştur. Tüketiciler, giysi tercihlerinde çok daha seçici davranmaya, yüksek kaliteli, kişiye özel giysileri düşük fiyattan talep etmeye başlamışlardır [2 ve 3]. Tüketicilerdeki bu değişim karşısında, hazır giyim işletmelerinin tepkisi ise, yeni müşteri edinmenin maliyetine katlanmaktan ziyade mevcut müşteriyi elde tutmak ve sadakatini artırmaya yönelmek olmuştur. Müşteri sadakati, işletmelerin müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini en iyi şekilde belirleyip karşılayabilme ve müşterinin ihtiyaç ve isteklerinde meydana gelen değişime hızlı bir şekilde adaptasyonu gerektirmektedir [2]. Müşteri sadakati için hazır giyim işletmeleri, müşterilerle ilişkilerini geliştirme, müşteri hizmetlerini çeşitlendirme ve müşteri hizmetlerinin kalitesini artırarak, müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılamaya yönelmektedirler [4 ve 5]. Fakat bu amaca ulaşabilmek için hazır giyim işletmelerinin her şeyden önce mevcut müşterilerinin işletmenin ürün ve hizmetlerinden memnuniyet durumları hakkında kesintisiz bir şekilde bilgi edinmeye ihtiyaçları vardır [6].

Müşteri memnuniyeti, müşteri ile işletme arasındaki tüm geçmiş deneyimler sonucunda oluşan müşterinin işletmenin ürün ve hizmetlerinin performansını olumlu olarak değerlendirmesi durumudur [7]. Genellikle müşteriler, işletmenin ürünlerinden memnun kaldıklarında yeniden ilgili işletmenin ürünlerini talep ederler [7 ve 8]. Bu durum müşterinin memnuniyeti ile müşteri sadakati arasındaki olumlu ilişkiyi göstermesi açısından önemlidir. Müşterinin memnuniyet durumu, uzun vadeli tüketici davranışının belirleyen önemli unsurlardan birisi olarak kabul edilir [9]. Bu nedenle de hazır giyim sektöründe tüketicilerin beklentileriyle uyumlu ve kaliteli giysi üretiminin müşteri sadakati oluşturmak açısından önemlidir [8]. Diğer taraftan müşterinin bir işletmenin ürün veya hizmetlerine karşı göstermiş olduğu memnuniyetsizlik davranışı ise; şikayet, boykot, olumsuz söz ve/veya yazı paylaşma ve sadece kızgınlık şeklinde olabilmektedir. Müşteri şikayeti, müşterinin memnuniyetsizliğini ifade etme yöntemlerinden sadece birisidir [10]. Müşteri şikayeti, müşterinin satın aldığı giysiyi kullanımından kaynaklanan giysiye yönelik olumsuz bir algıyı müşterinin yazılı ve/ya sözlü olarak ifade etmesi olarak tanımlanabilir [11 ve 12].

Müşteriler, genellikle mağduriyetlerinin giderilmesi için işletmeyle şikâyet yoluyla iletişimi kurmayı tercih ederler [11]. Fakat müşteri şikâyetleri ayrıca işletmeye; memnuniyetsizlik kaynakları, şikâyete konu olan giysi türleri gibi konularda bilgi sağlar [13]. Bu nedenle müşteri şikâyetleri işletme için çok önemli bir fırsattır [11]. Eğer işletme müşteri şikâyetlerinin sağladığı bilgiden yararlanırsa; önleyici tedbirler alabilir, üretim ve hizmet kalitesini artırabilir [13]. Böylece işletme müşterinin mağduriyetini gidererek memnuniyetsiz bir müşterisini memnun bir müşteriye dönüştürerek müşteri sadakati sağlayabilir [11]. Uzmanların, denim pantolonların aşınma-yıpranma problemine sunmuş oldukları çözüm önerileri Tablo 13'te verilmiştir. Ve hizmetleriyle ilgili ağızdan ağıza dolaşan olumsuz geri dönüşlere maruz kalabilirler [10, 15 ve 17]. Bazı araştırmalar, müşterilerin işletmelerin ürün ve hizmetleri hakkındaki memnuniyetsizliklerini çevrelerindeki 10 kişiyle paylaşarak, işletmenin ürün ve/ya hizmetini satın almalarını engellemeye



çalıştıklarını tespit etmiştir [15 ve 16]. Sonuç olarak müşteri şikayetleri, işletmelere müşterileriyle aralarındaki ilişkiyi geliştirip güçlendirerek müşteri memnuniyetini artırarak, müşteri sadakatine ulaşmalarına yardımcı olabilirler [12, 14 ve 15].

Müşteri açısından şikâyetler genellikle ürün ve hizmete yönelik olarak iki şekilde incelenebilir [18]. Bazı araştırmalar, tüketicilerin hizmetlerden daha fazla ürünlerden memnuniyetsizlik ihtimallerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Fakat bu çalışma da denim giysilere odaklanıldığından hizmet şikayetlerine değinilmemiştir. Bazı araştırmalara göre, giysilerden kaynaklanan memnuniyetsizliklerin diğer ürünlerden kaynaklanan memnuniyetsizliklerden daha fazladır. Ayrıca giysi memnuniyetsizlikleri sonucunda, memnun olmayan tüketicilerin %80'i memnuniyetsizliğe neden olan işletmeyle ilişkisini kesmektedir [19]. Fakat giysilerden kaynaklanan memnuniyetsizliğin, giysinin değişimiyle çözülmesi durumunda ise diğer ürünlere göre daha kolay memnuniyete dönüşmektedir. İlave olarak memnuniyetsizliğin üründen kaynaklandığı durumlarda ise, çözülsün bile tüketicide memnuniyetsizlik hatırası olarak kaldığı görülmüştür [20]. Bu çalışmaya, müşteri şikayetleri ve bu şikayetlerin hazır giyim sektörü için önemi anlatılarak başlanmıştır. Daha sonra literatürde yer alan hazır giyim ürünlerine yönelik müşteri şikayetleri hakkında bilgi verilmiştir. Ardından araştırmada kullanılan yöntem açıklanmış ve bulgular verilmiştir. Araştırma sonuç ve öneriler kısmıyla tamamlanmıştır.

2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)

Aşırı rekabet ve hızlı değişim nedeniyle işletmeler her geçen gün müşterinin önemini daha da iyi anlamaktadır. Bu şartlar altında işletmelerin mevcut müşterilerini korumak için müşteri memnuniyetini önemsemeleri bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu çalışmada; Denim giysi üreten bir hazır giyim işletmesinin ürünleri hakkındaki müşteri şikayetleri, www.sikayetvar.com web sitesi aracılığıyla incelenmiştir. İncelenme sonucunda belirlenen sorunlara yönelik; sorunların sebeplerinin belirlenmesi ve çözüm önerisi geliştirilmesi için uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu çalışma sadece denim giysilere odaklanması ayrıca belirlenen müşteri şikayetlerin çözümüne yönelik uzman görüşü belirtmesiyle literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Ayrıca çalışmada elde edilen verilerin, denim giysi üreten işletmelere müşteri şikayetlerinin çözüm hakkında görüş ve öneriler sunması açısından da denim giysi sektörüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3. LİTERATÜR TARAMASI (LITERATURE REVIEW)

Hazır giyim ürünleri kaynaklı müşteri şikayetleri üzerine yapılan araştırmalardan bazıları aşağıda verilmiştir. Seram ve Kumarasiri (2020) Sri Lanka'daki büyük beden kadın giysi tüketicilerinin memnuniyetsizliklerini belirlemek amacıyla anket ve görüşme yöntemleriyle veri toplamışlardır. Araştırma sonucunda, kadınların %55.6'sının büyük beden giysilerden ya memnun olmadıkları ya da orta derecede memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Tespit edilen en önemli giysi kaynaklı şikayetlerin ise; büyük beden giysilerin vücuda uyumlu olmaması ayrıca trend ve moda da uygun olmamalarıdır [21].

Kaushik ve Dhir (2019) Hindistan'da online moda siteleri tarafından satılan giysilere yönelik müşteri şikayetlerini belirlemek amacıyla 222 kolej öğrencisinden anket aracılığıyla veri toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda; görsel, işlevsel, kıyafet özelliği bakımından, dokusal, estetik ve uyum gibi alanlarda uygunsuzlukların olduğunu tespit etmişlerdir [22].



Saaludin vd. (2018) Malezyalı ebeveyn ve/ya velilerin online çocuk giysisi alışveriş memnuniyetini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda; ebeveynlerin ve/ya velilerin neredeyse tamamının, çocuk giyim alışveriş memnuniyetsizliklerinin beden ve form sorunlarından kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca markaların farklı ölçülendirme sistemi kullanmalarının, müşterilerin giysi seçiminde tereddüt yaşamalarına yol açtığını tespit etmişlerdir [17].

Han ve Cho (2013) şikâyet kaynakları ile giysi türleri arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla Kore Tüketici Ajansı'ndan elde ettikleri 1997-2009 yılları arasında toplanmış 2609 adet giysi şikayet vakasını incelemişlerdir. İnceleme sonucunda en fazla üretim kaynaklı müşteri şikayetine konu olan giysilerin; kadın, dokuma, yün, ipek, yün karışımli, polyester karışımli, resmi, ceket ve sadece kuru temizleme yapılabilen giysiler olduğunu tespit etmişlerdir [23].

Park (2013) dış spor giyim tüketicilerinin şikâyetlerini incelemek amacıyla Gyeongnam Tüketici Şikayet Merkezi tarafından Temmuz 2011-Nisan 2013 arasında toplanmış 256 giysi şikayet vakasını incelemiştir. Sonuç olarak, en çok karşılaşılan şikâyetlerin; renk, şekil, yüzey ve doku değişikliği, yardımcı malzemelerin bozulması ve diğerleri olduğunu tespit etmiştir [24].

Chen-Yu ve Hong (2002) Güney Koreli hazır giyim tüketicilerin, satın alma ve tüketim sonrası memnuniyetini araştırmak amacıyla 120 üniversite öğrencisinden anket yoluyla veri toplamışlardır. Araştırma sonucunda; tüketicilerin giysilerin bakımı hakkında bilgiye ihtiyaç duydukları fakat giysilerdeki bakım bilgilerinin genellikle giysi etiketinde açıkça belirtilmediğini bu nedenle giysilerin yıkandıktan sonra performanslarının düştüğünü tespit etmişlerdir. Ayrıca tüketim performansı yüksek giysiler sunmanın işletmeler için müşteri memnuniyetini sağlamanın en etkili yolu olduğu sonucuna varmışlardır [25].

Good (1972) hazır giyim ürünlerinin perakendeciye iade nedenlerini 185 adet hazır giyim ürün iade formunu incelemek suretiyle araştırmıştır. Sonuç olarak, müşterilerin %60'ının; rahatsızlık, uyumsuzluk, beden problemleri, renk kaynaklı problemler gibi kişisel nedenlerle giysileri iade ettiklerini tespit etmiştir. Ayrıca müşterilerin %12'sinin; bakım, dayanıklılık, servis edilebilirlik gibi giysinin performansından kaynaklanan nedenlerden dolayı giysileri iade etmişlerdir. Müşterilerin geri kalan %28'i ise fikrini değiştirme, beğenmeme gibi diğer nedenlerle giysileri iade etmek istediklerini tespit etmiştir [26].

Literatür incelendiğinde müşterilerin genel olarak belirli performans beklentilerini karşılayacağına inandıkları fiziksel ve performans özelliklere sahip giysileri tercih ettikleri görülmektedir [10]. Diğer taraftan müşterilerin giysilere yönelik şikayetlerinin ise; üretimde düşük kaliteli malzeme kullanımı, kalitesiz üretim, etiketleme problemleri, standart dışı üretim, ürünün genel yetersizliği, ürün renk problemleri (renk atma, solma, renk verme vb.), ürün yıkaması sonrası oluşan problemler (daralma, genişlemesi), kalitesiz yardımcı malzeme kullanımı sonucu (üründeki düğme, fermuar, rivet vb.) yardımcı malzemelerin bozulması, paslanması, kararması vb. gibi sorunlar olduğu görülmektedir [18]. Sonuç olarak literatürden elde edilen verilere göre müşteri şikayetleri dört sınıfa ayrılabilir. Bu sınıflar; üretim, performans, müşteri ve diğer şikayetlerdir.

- **Üretim Kaynaklı Şikayetler:** Müşterilerin ürünü satın alıp henüz kullanmadan incelerken ve/ya ilk denemede fark ettikleri ve şikayete konu olan durumlardır.



- **Performans Kaynaklı Şikayetler:** müşterilerin ürünü kullanmaya başladıktan sonra ürünün performansından kaynaklanan şikayetlerdir.
- **Tüketici Kaynaklı Şikayetler:** müşterilerin ürüne karşı tutumlarından kaynaklanan şikayetlerdir.
- **Diğer Şikayetler:** ilk üç şikayet kaynağının dışında kalan şikayetlerdir. Örneğin mağaza personeli, mağaza satış politikası, değişim, tadilat vb. den kaynaklanan şikayetlerdir. Bu çalışmanın konusunu denim giysilerden kaynaklanan müşteri şikayetlerinin incelenmesi olduğundan, dördüncü sınıfı oluşturan müşteri şikayetleri bu araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

4. DENEYSSEL ÇALIŞMA, ANALİTİK ÇALIŞMA VEYA ANAKONU-MEVZUU (EXPERIMENTAL METHOD-PROCESS; ANALYTICAL STUDY VEYA SUBJECT)

Araştırmanın konusunu Türkiye’de denim pantolon üreten işletmeler oluşturmaktadır. Fakat Türkiye dünyanın İtalya’dan sonra en büyük ihracatçılarından birisi olması ve sahip olduğu denim giysi üretim işletmelerin sayısının fazlalığı nedeniyle her bir denim işletmesinin müşteri şikayetlerini incelemek çok uzun zaman alacağından örnek bir işletme seçilmiştir. Seçilen işletme, kendi markasıyla ürettiği yapımakta olup ürünlerini hemen hemen tüm Türkiye’de kendi mağazalarında veya diğer mağazalarda satışa sunan ve genel denim giysi tüketicisi tarafından bilinen bir işletmedir. İlgili işletmeden izin alınmadığından çalışma kapsamında işletmenin ismi verilememiştir. İlgili işletmenin ürünleri hakkındaki müşteri şikayetleri www.sikayetvar.com web sitesinden incelenmiştir. www.sikayetvar.com işletmelere, müşterilerinin şikayetlerini göstererek ilgili şikayetleri çözüme kavuşturarak, işletmelerin müşteri memnuniyetlerini artırmalarına yardımcı olmak amacıyla 2001 yılında kurulmuş bir web sitesidir [27]. İlgili web sitesi, tüketicilerden gelen ürün ve hizmet şikâyetlerin tümünü işletmelerin haksız yere itibar ve imaj zedelenmesi yaşamaması ve tüketicilerin de hukuki sorunlarla karşı karşıya kalmamaları için denetimden geçirilmektedir [28]. www.sikayetvar.com; bankacılık, otomotiv, GSM, giyim gibi çeşitli sektörlerde 105.000’in üzerinde kayıtlı markaya ve 5.5 Milyon bireysel üye sahiptir. İlgili siteyi ortalama aylık 15 Milyon kişi ziyaret etmektedir [27]. Ayrıca www.sikayetvar.com; hastane [29] akıllı telefon [30], otel [31], E-ticaret Sitesi [32], kargo işletmesi [33] ve burada bahsedilmeyen pek çok alanda müşteri şikayetleri konusunda yapılan çok sayıda bilimsel çalışmada tek veri kaynağı olarak kullanılmıştır. Sahip olduğu özellikler nedeniyle ilgili web sitesi araştırmanın veri kaynağı olarak seçilmiştir.

Araştırmanın uygulanması için, 15-28.10.2020 tarihleri arasında www.sikayetvar.com sitesinde belirlenen denim giyim işletmesine yönelik müşteri şikayetleri internet üzerinden incelenerek veriler elde edilmiştir. www.sikayetvar.com sitesinden belirlenmiş olan denim giysi müşteri şikâyetlerinin nedenleri ve çözüm önerileri için 29 Ekim-19 Kasım 2020 tarihleri arasında uzmanlarla görüşmeler gerçekleştirilerek veriler elde edilmiştir. İlgili konuda uzmanlar, Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü öğretim elemanlarından seçilmiştir. Uzmanların bu kurumdan seçilme nedeni ise, Marmara Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü’nün uzun yıllardır sektöre yönelik test, analiz ve görüş raporu hizmeti vermekte olmasıdır. Bu nedenle öğretim üyelerinin ilgili konuda yeterli bilgi ve deneyimine sahip oldukları kabul edilmiştir [34].

4.1. Araştırmanın Sınırlılıkları (Limitations of the Study)

Bu araştırma; www.sikayetvar.com'dan elde edilen verilerin doğru olduğu, yaklaşık 3.5 yıllık verinin yeterli olduğu ve sadece bir markanın ürünlerine yönelik müşteri şikayetlerinin incelenmesinin yeterli olduğu kısıtları altında gerçekleştirilmiştir. Bu konuda yapılacak yeni araştırmaların, daha geniş bir zaman aralığını incelemesi ve birden fazla işletmeye yönelik müşteri şikayetlerini değerlendirilmesinin yararlı olabileceği düşünülmektedir.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA (FINDINGS AND DISCUSSIONS)

Araştırma kapsamında iki çeşit veriye ulaşılmıştır. Birinci veriler www.sikayetvar.com internet sitesinden elde edilmiştir. İkinci veriler ise uzmanların görüş ve önerilerine dayanmaktadır. Bu veriler aşağıda açıklanmıştır.

5.1. www.sikayetvar.com'dan Elde Edilen Bulgular (Findings Obtained from www.sikayetvar.com)

Araştırmanın birinci bulgularını, seçilen denim giysi işletmesine yönelik olarak 1 Ocak 2017-31 Mart 2020 tarihleri arasındaki www.sikayetvar.com internet sitesinde tespit edilen toplam 1.330 adet şikayet oluşturmaktadır. İlgili şikayetlerin yıllara göre dağılımı Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'e göre müşteri şikayetlerinin artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Toplam 1.330 şikâyeti gerçekleştiren müşterilerin cinsiyete göre dağılımı ise 787 (%59.2) erkekler, 540 (%40.6) kadınlar ve 3 (%0.2) cinsiyetini belirtmeyenlerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Müşteri şikayetlerinin yıllara göre dağılımı
(Table 1. Distribution of customer complaints by years)

Yıl	Sayı	Yüzde (%)
2017	270	20.3%
2018	338	25.4%
2019	571	42.9%
2020*	151	11.4%
Toplam	1330	100.0%

Ocak-Mart Dönemini içermektedir. Pandemi dönemi şikayetlerinde farklılık oluşabileceğinden bu dönem araştırma dışında tutulmuştur

Müşteri şikayetlerinin ürünlere göre dağılımı ise Tablo 2'de verilmiştir. Tabloya göre müşterilerin şikayette bulunduğu ürünlerin şikayet oranına göre sırasıyla; pantolon, mont ve tişörtler oluşturmaktadır. Tablo 2'de görüldüğü gibi pantolon şikayetlerinin diğer şikayetlere göre çok daha fazladır. Bu nedenle bu araştırma kapsamında sadece denim pantolon şikayetlerinin derinlemesine incelenmesine ve bu şikayetlere yönelik çözüm önerileri getirilmesine odaklanılmıştır.

Tablo 2. Müşteri şikayetlerinin ürünlere göre dağılımı
(Table 2. Distribution of customer complaints by products)

Ürün	Sayı	Yüzde (%)
Pantolon	606	45.6
Mont	185	13.9
Tişört	130	9.8
Kazak	56	4.2
Gömlek	29	2.2
Diğer	324	24.4
Toplam	1330	100.0

Tablo 3'te müşterilerin denim pantolon kaynaklı şikayetlerinin dağılımı verilmiştir. Tabloya göre müşterilerin denim pantolon şikayetlerinin ilk sırasını ürünün performansı ardından müşterinin ürün algısı ve ürünün üretiminden kaynaklı şikayetler oluşturmaktadır.

Tablo 3. Müşterilerin denim pantolon kaynaklı şikayetlerinin dağılımı
(Table 3. Distribution of customer complaints about denim trousers)

Şikâyet Türü	Sayı	Yüzde (%)
Performans	363	59.9%
Müşteri	129	21.3%
Üretim	84	13.9%
Diğer	30	5.0%
Toplam	606	100.0%

Tablo 4'te denim pantolonların müşteriler tarafından kullanımı sonucunda, müşterilerin denim pantolonların performansından kaynaklı olarak en fazla şikayet konuları; renk solması, bollaşma ve yırtıktır.

Tablo 4. Performans kaynaklı denim pantolon şikayetlerinin dağılımı
(Table 4. Distribution of performance-based denim trousers complaints)

Şikâyet Türü	Sayı	Yüzde (%)
Renk Solması	115	31.7%
Bollaşma	78	21.5%
Yırtık	64	17.6%
Aşınma	34	9.4%
Renk Verme	23	6.3%
Tüylene	9	2.5%
Sökük	5	1.4%
Diğer	35	9.6%
Toplam	363	100.0%

Müşteri kaynaklı denim pantolon şikayetleri ise Tablo 5'te verilmiştir. Tabloya göre müşteri kaynaklı denim pantolon şikayetlerinin en önemlileri; beden problemleri ve beğenmemedir. Üretim kaynaklı denim pantolon şikayetleri Tablo 6'da verilmiştir. Tabloya göre üretim kaynaklı denim pantolon şikayetlerinin en önemlileri; paça dönmesi, dikiş hataları ve kalitesiz malzeme kullanımı şeklindedir.

Tablo 5. Müşteri kaynaklı denim pantolon şikayetlerinin dağılımı
(Table 5. Distribution of customer-originated denim trousers complaints)

Şikâyet Türü	Sayı	Yüzde (%)
Beden	62	56.4%
Beğenmemek	45	40.9%
Tadilat	19	14.7%
Diğer	3	2.7%
Toplam	129	100.0%

Tablo 6. Üretim kaynaklı denim pantolon şikayetlerinin dağılımı
(Table 6. Distribution of production originated denim trousers complaints)

Şikâyet Türü	Sayı	Yüzde (%)
Paça Dönmesi	13	15.5%
Dikiş	9	10.7%
Kalitesiz Malzeme	6	7.1%
Kalıp	2	2.4%
Diğer	54	64.3%
Toplam	84	100.0%

5.2. Uzman Görüşlerinden Elde Edilen Bulgular (Findings Obtained from Expert Opinions)

Müşterilerin performans kaynaklı denim pantolon şikayetlerini; renk solması, bollaşma ve yırtık şikayetleri olduğu tespit edilmiştir. Bu şikayetlerin nedenlerini belirlemek ve çözüm önerisi geliştirmek için uzman görüşüne başvurulmuştur. Belirli bir konuda geçmişte olan ve meslektaşları tarafından konusunda soruları cevaplamaya yetkin olarak görülen kişinin teknik bir sorunun çözülmesi için vermiş olduğu bilgiye uzman görüşü denir. Uzman görüşüyle veri elde edilirken; yürütücü ilk olarak ilgili alandaki uzmanları belirler. Uzmanlar bir kişi olabileceği gibi grupta olabilir. Ardından ilgili uzmanlara soruları sorar ve uzmanların cevaplarını toplar ve verileri ortaya koyar [35]. Bu çalışma konusuyla ilgili belirlenen uzmanlara ait bilgiler Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Uzmanlar hakkında bilgi
(Table 7. Information on experts)

Unvanı	Görev Yeri	Hizmet Süresi Yıl	Lisans Mezuniyeti	Doktora Mezuniyeti
Prof.Dr.	Marmara Üniversitesi Teknoloji Fakültesi Tekstil Mühendisliği Bölümü	28	M.Ü. Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitim Bölümü Tekstil Teknolojisi Öğretmenliği= İplik	M.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Tekstil Eğitimi Anabilim Dalı
Doç.Dr.		22	M.Ü. Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitim Bölümü Tekstil Teknolojisi Öğretmenliği= Örme	
Doç.Dr.		23	M.Ü. Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitim Bölümü Tekstil Teknolojisi Öğretmenliği= Dokuma	
Doç.Dr.		18	Afyonkocatepe Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü	
Dr.Öğr.Üyesi		26	M.Ü. Teknik Eğitim Fakültesi Tekstil Eğitim Bölümü Tekstil Terbiye Teknolojisi Öğretmenliği= Boya-Apre-Baskı	

- **Soru 1:** Denim pantolonun renk değişimi probleminin nedenleri ve renk değişimi probleminin çözümü hakkındaki görüş ve önerileriniz nelerdir? İlgili soruya uzmanların tamamı cevap vermiş olup, cevaplar Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Uzmanlara göre denim pantolonların renk değişiminin nedenleri
(Table 8. Reasons for color change of denim pants according to experts)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Genel olarak denim giysilerin boyanmasında kullanılan boyarmaddelerin boyama prosesinin doğru uygulanmamasından dolayı renk değişimi meydana gelebilmektedir. Örneğin özellikle siyah renklerde kırmızı nüansın oluşması boyama prosesi hatası olarak adlandırılabilir. Ayrıca boyama prosesinde kullanılan kimyasal maddelerin muhafaza edildiği ortam koşulları ve boyarmaddenin kullanım esnasında ışık ve ısı ile bozunması denim giysilerin renk değişmesine neden olabilmektedir.
Uzman ₂	Denim pantolonlarda kullanılan boyarmaddeler genellikle indigo boyarmaddeler olup, yapıları gereği kullanıma ve yıkamaya bağlı olarak renklerinin değişmesi doğal kabul edilir.
Uzman ₃	Denim pantolonlar (gerçek denim ise) kullanıma bağlı olarak zaman içerisinde renk değiştirmesi beklenen bir durumdur.
Uzman ₄	Denim boyar maddesinin yapısal özelliklerinden ötürü de denim pantolonlar kullanıldıkça ve yıkama işlemlerine tabi tutuldukça renklerinde değişiklik olması beklenen bir durumdur.
Uzman ₅	Denim kumaşların bazılarında çözgü iplikleri indigo boyarmaddesiyle iplik çilesi halinde boyanmaktadır. Düz renkli denim kumaşlarda denim kumaşlar küp boyarmaddelerle kumaş halinde boyanmaktadır. Boyarmaddenin istenen miktarda ve özellikle verilmemesi neticesinde veya fikse işleminin ve yıkama işlemlerinin doğru yapılmaması durumlarında renk problemleri oluşabilmektedir.

Uzmanların, denim pantolonların renk değişim problemine sunmuş oldukları çözüm önerileri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Uzmanların denim pantolonların renk değişimi problemlerine çözüm önerileri
(Table 9. Solution suggestions of experts for color change problems of denim trousers)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Doğru boyarmaddenin seçilmesi ve boyama prosesinin titiz bir şekilde uygulanması denim giysilerdeki renk değişimi problemini azaltabilir.
Uzman ₂	İndigo boyarmaddelerin yerine standart tekstil boyarmaddeleri kullanılabilir. Örneğin denim kumaş reaktif boyarmaddelerle boyanabilir. Fakat bu durumda denim pantolonların orijinalliğini bozar.
Uzman ₃	Denim pantolonların (gerçek denim ise) kullanıma bağlı olarak zaman içerisinde renk değiştirmesi bir sorun değildir.
Uzman ₄	Denim giysilerin özellikleri hakkında müşterilerin bilgilendirilmesi, müşterilerin şikayetlerini azaltıcı etki yapacaktır.
Uzman ₅	Boyarmadde uygun miktarda ve özellikte verilmesi veya fikse ve yıkama işlemlerinin doğru yapılırsa renk problemleri azaltılabilir.

- **Soru 2:** Denim pantolonun beden genişlemesi probleminin nedenleri ve beden genişlemesi probleminin çözümü hakkındaki görüş ve önerileriniz nelerdir? Sorusuna uzmanların tamamı cevap vermiştir. İlgili soruya verilen cevaplar Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Uzmanlara göre denim pantolonların beden genişlemesi probleminin nedenleri
(Table 10. Causes of body expansion problem of denim pants according to experts)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Denim pantolonlar yüksek oranda pamuk ihtiva etmektedir. Pamuğun özelliğinden dolayı pamuklu materyallerin, esneme ve geri toplama değerleri düşüktür. Bu nedenle esneyen denim giysilerin geri toplanmasında problemler oluşabilmektedir.
Uzman ₂	Denim pantolonlar kullanım esnasında gerilime maruz kalmakta ayrıca yıkama işlemleri de eklenince denim pantolonların genişlemesi mümkün olmaktadır.
Uzman ₃	Denim kumaşın yapısının gevşek olması zamanla kumaşın gevşemesine sebep olabilmektedir.
Uzman ₄	Denim kumaşların esneme ve toplama değerleri düşüktür. Bu nedenle günlük kullanım ve yıkamadan sonra beden genişlemesi mümkün olmaktadır.
Uzman ₅	Denim kumaşlarda kullanılan likra tekrarlanan yıkama işlemlerinin sonunda özelliğini kaybetmesiyle giyside bollaşmalar görülmektedir.

Uzmanların, denim pantolonların beden genişlemesi problemine sunmuş oldukları çözüm önerileri Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Uzmanların denim pantolonların beden genişlemesi problemine çözüm önerileri
(Table 11. Solution suggestions of experts for the problem of body expansion of denim trousers)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Denim kumaşlarda likra kullanılması denim pantolonların genişlemesini azaltabilir.
Uzman ₂	Denim kumaşların ipliklerin de likra kullanımı pantolonların genişlemesi kısmen azaltabilir.
Uzman ₃	Yüksek gramajlı denim kumaş kullanımı ve/veya elastomer malzeme kullanımı pantolonun genişlemesini azaltabilir.
Uzman ₄	Denim kumaşta yapay elyaf ve elastan malzeme ilave edilerek genişleme problemi azaltılabilir. Fakat bu da denim pantolonların orijinalliğini bozar.
Uzman ₅	Denim kumaşta kullanılan likranın uzun süre özelliğini kaybetmemesi için ürün düşük sıcaklıkta yıkanmalıdır.



- **Soru 3:** Denim pantolonun Aşınma-Yırtık probleminin nedenleri ve Aşınma-Yırtık probleminin çözümü hakkındaki görüş ve önerileriniz nelerdir? Sorusuna uzmanların tamamı cevap vermiştir. İlgili soruya verilen cevaplar Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Uzmanlara göre denim pantolonların aşınma-yıpranma probleminin nedenleri
(Table 12. According to experts, causes of wear-fray problem of denim trousers)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Denim kumaşlara uygulanan yıkama (taşlama) işlemlerinde kullanılan oksidatif maddeler ve enzimler kumaşın mukavemetini düşürür. Bu durumda, denim pantolonların en fazla sürtünme ve hareketin olduğu bölgeler de yırtılma ve aşınmasına neden olur.
Uzman ₂	Normal şartlarda bütün giysilerde yırtılma kullanıma bağlı olarak gelişen bir olaydır. Denim pantolonda da yıpranmaya bağlı bu durumun olması normal karşılanabilir.
Uzman ₃	Bacak arasındaki aşınmanın önemli bir nedeni geniş baldırlı insan anatomisidir. Bu tip vücut yapısına sahip kişiler dar denim ürünü kullandıklarında, sürtünme sebebiyle ağ kısımlarında aşınma oluşabilir.
Uzman ₄	Denim kumaşlar pamuk esaslı olduğundan dolayı, sürtünme dayanımları düşüktür. Bu nedenden dolayı sürtünmenin fazla olduğu bölgelerde yırtılmalar oluşabilmektedir.
Uzman ₅	Denim pantolonlara yıkama ve taşlama gibi son işlemlerle değişik etkiler verilirken kumaşın bu işlemlerden dolayı mukavemetinin düşürülmesi yırtılma ve aşınmalar kolaylaşmaktadır.

Uzmanların, denim pantolonların aşınma-yıpranma problemine sunmuş oldukları çözüm önerileri Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. Uzmanlara göre denim pantolonların aşınma-yıpranma problemine çözüm önerileri
(Table 13. Solution suggestions of experts for the abrasion-wear-out problem of denim pants)

Uzman No	Uzman Görüşü
Uzman ₁	Denim pantolonlara uygulanan yıkama işlemleri titizlikle gerçekleştirilmelidir. Ayrıca denim kumaş likralı ise likra erimesini önlemek için düşük sıcaklıklarda yıkama işlemi gerçekleştirilmelidir.
Uzman ₂	Denim kumaş üretimde kullanılan ipliklerin çift kat ve sert bükümlü olması yırtılmayı geciktirebilir.
Uzman ₃	Geniş baldırlı müşterilere, bol kesim ve/veya elastomer malzemeli yumuşak kumaşlı denim pantolonlar önerilebilir.
Uzman ₄	Denim kumaş üretiminde elastan malzeme ve yapay lif kullanılması kumaşın mukavemetini artırarak yırtılmaları azaltabilir.
Uzman ₅	Denim pantolonların yıkanma işlemlerinin uygun şartlarda ve sürelerde yapılması kumaş mukavemetini artırabilir.

6. SONUÇ (CONCLUSION)

Günümüzün çetin rekabet ortamında hazır giyim işletmeleri, yeni bir müşteri edinmenin maliyetinin mevcut müşteriyi elde tutmaktan çok daha yüksek olduğunun farkında olmak durumundadır. Fakat bu araştırma sonucunda elde edilen veriler araştırmaya konu olan işletmenin ürünlerine yönelik şikayetlerin artış eğiliminde olduğunu (2017 yılı=270 şikayet, 2018 yılı=338 şikayet, 2019 yılı=571 şikayet) göstermektedir. Bu durum ilgili işletme açısından gelecekte müşteri kaybı yaşanabileceğini göstermektedir.

Müşteri şikayetleri cinsiyet açısından incelendiğinde; erkek müşteri şikayetlerinin %59.2 (787) olduğu görülmektedir. Chen-Yu vd. (2002) göre erkek tüketiciler; tasarım, kalite ve sunumuna kadın tüketicilere göre daha fazla dikkat etmektedir. Ayrıca erkek müşterileri ikna etmek kadın müşterileri ikna etmekten zor olduğundan bu müşterilerin kaybedilme olasılığı daha yüksektir. Tüm bu veriler



ilgili işletmenin erkek müşteri kayıplarının artacağını göstermektedir.

Araştırma kapsamında en fazla müşteri şikayetine konu olan giysiler; pantolon, mont ve tişörtler olduğu görülmüştür. Bu giysilerin ilk sıralarda yer alması (özellikle pantolon ve tişört) yaygın kullanımlarından dolayı şaşırtıcı değildir. Fakat en fazla müşteri şikayeti denim pantolonlardan kaynaklanmaktadır. Bu durum ilgili işletmenin denim pantolon üretim sürecini yeniden gözden geçirilmesinin işletme için bir gereklilik halini aldığını göstermektedir.

Araştırma kapsamında sadece denim pantolonlar hakkındaki müşteri şikayetleri incelendiğinde en fazla şikayetin 59.9% (363 adet) ürünün performansından kaynaklanan şikayetler olduğu tespit edilmiştir. Bu durum müşterinin denim pantolonları kullanmaya başladıktan sonra pantolonlarda istenmeyen durumların meydana geldiğini göstermektedir. Diğer taraftan Han ve Cho (2013)da giysi şikayet vakalarını incelemiş ve en fazla üretim kaynaklı müşteri şikayetleri olduğunu tespit etmiştir. İki çalışma karşılaştırıldığında incelenen giysi türü arttıkça üretim kaynaklı şikayetlerinin toplam şikayetler içindeki payını artırabileceği şeklinde algılanabilir.

Araştırmada elde edilen verilere göre tüketicilerden ilgili markanın denim pantolonları hakkındaki en önemli üç performans şikayetinin; renk solması, bollaşma ve yırtık olduğu tespit edilmiştir. Park (2013) tarafından dış spor giyim tüketicilerinin şikâyetlerini incelemek amacıyla yapılan çalışmada da en çok karşılaşılan şikâyetlerin başında renk olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Good (1972) tarafından hazır giyim ürünlerinin perakendeciye iade nedenlerini araştırırken en önemli şikâyetler birisinin renk olduğu sonucuna ulaşmıştır. Görüldüğü gibi renk değişiminin birçok araştırmada en önemli şikayet kaynağı olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak işletmelerin giysi üretiminde rengin üzerinde daha fazla çalışması önerilebilir.

Uzmanların denim pantolonların performans şikayetlerine çözüm önerileri ise;

- Denim kumaşların indigo boyar maddelerle boyandığından dolayı renk vermeleri doğaldır. Boyama proseslerine dikkat edilmesi, kaliteli boyar madde kullanımı renk verme sorunu hafifletebilir. Diğer taraftan denim pantolon üreticilerinin, bu durumu tüketiciye anlatmaları ayrıca denim pantolonların boya vermesinin orijinalliklerinin bir göstergesi olarak kullanmaları şikayetleri azaltıcı etkiye sebep olabilir.
- Denim kumaşların üretimin de likralı iplik kullanılması esnekliklerini artırır ayrıca denim pantolon üretimde ise yüksek gramajlı denim kumaş kullanımı denim pantolonların genişleme kaynaklı müşteri şikayetlerini azaltabilir.
- Denim kumaş üretimde kullanılan ipliklerin çift katlı ve sert bükümlü olması mukavemetlerini artırırken ayrıca sürtünmeyi azaltması için geniş baldırlı müşterilere, bol kesim ve/veya esneklik sağlaması için elastomer malzemeli yumuşak kumaşlı denim pantolonların önerilmesi yırtılma kaynaklı müşteri şikayetlerini azaltabilir.

7. ÖNERİLER (RECOMMENDATIONS)

Müşteri şikayetlerinin işletmenin müşterileriyle ilişkisinin süresini belirlemesi nedeniyle önemli her geçen gün artmaktadır. Diğer taraftan günümüzde müşteri şikayetleri çok çeşitli kanallardan (e-posta, web sitesi, sosyal medya vb.) gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle hazır giyim işletmelerinin müşteri şikayetlerini daha fazla

önemsemeleri gerekmektedir. Bunun içinde hazır giyim işletmelerinin müşteri ilişkileri departmanlarını revize etmeleri daha da önemli hale gelmiştir. Müşteri ilişkileri departmanları, müşterilerin şikayetlerini paylaştığı web siteleri, sosyal medya platformları vb. yerlerde işletme ürünleri hakkında yapılan şikayetleri izleyecek personel görevlendirmeleri artık zorunluluk haline gelmiştir. Görevli personel ilgili mecralarda tespit ettiği müşteri şikayetleri için ilgili müşteriyle iletişime geçmeli ve şikayeti ortadan kaldıracak çözüm önerileri geliştirmelidirler.

KAYNAKLAR (REFERENCES)

- [1] Özbek, A., (2019). Türk Hazır Giyim Sektöründe Müşteri Temsilcisi. Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi, 5(12):1134-1153.
- [2] Güler, Y.B. ve Karakaya, E., (2009). Satış Temsilcilerinin Müşteriye Karşı Tutum ve Davranışlarının Müşteri Tercihlerindeki Etkisi, Bir Zincir Hazır Giyim Mağazası Örneği, Üçüncü Sektör Kooperatifçilik, 44(4):1-18.
- [3] Bilik, N. ve Yaman, T.T., (2020). İlişkisel Pazarlamanın Müşteri Sadakatine Etkisi: Hazır Giyim Sektörü Örneği. İktisadi ve İdari Yaklaşımlar Dergisi, 2(1):73-90.
- [4] Güven, E.T.A., Yılmaz, İ. ve Güven, H., (2018). Hazır Giyim Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi. Sosyoekonomik Boyutlarıyla İnovasyon Kitabı, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Yayınları, 1(1):372-383.
- [5] Yaprak, Ü., (2019). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Hazır Giyim İşletmelerinin Performansları Açısından Pazarlama Problemlerinin Değerlendirilmesi. Bucak İşletme Fakültesi Dergisi, 2(2):156-175.
- [6] Akyuz, A.M., (2014). Çevrimiçi Hazır Giyim Ürünleri Tüketiminde Müşteri Tatmini: Doğu Karadeniz Örneği, Doğu Üniversitesi Dergisi, 15(1), 91-108.
- [7] Kumar, V., Khan, M.N., and Kesharwanı, S., (2019). Online Customer Satisfaction and Loyalty in Apparel Purchase: a Review of Extant Literature. Global Journal of Enterprise Information System, 11(2):48-71.
- [8] Su, J. and Tong, X., (2016). Brand Personality, Consumer Satisfaction and Loyalty: A Perspective from Denim Jeans Brands. Family & Consumer Sciences Research Journal, 44(4):427-446.
- [9] Lin, H.L., (2008), Consumer Satisfaction/Dissatisfaction in Apparel Online Shopping at the Product-Receiving Stage: The Effects of Brand Image and Product Performance, The Virginia Polytechnic Institute and State University, Doctoral dissertation, Virginia.
- [10] Makopo, M.M., De Klerk, H.M., and Donoghue, S., (2016). Customer Stisfaction and Complaint Behaviour: The case of Small Custom-Made Clothing Businesses. Southern African Business Review, 20(1):183-207.
- [11] Şensöz, U., (2010). ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Şikayetleri Yönetimi Standardı ve Müşteri Memnuniyeti: Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [12] Burucuoğlu, M., (2011), Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatini Arttırmada Müşteri Şikayetleri Yönetiminin Etkinliği: Bir Örnek Olay İncelemesi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karaman.
- [13] Han, E.J. and Cho, S.K., (2013). A Study on the Causes of Consumer Complaints towards Apparel Products-Based on Laboratory



- Test Cases, *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(7):864-873.
- [14] Özgül, P., (2007). Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Alan Araştırması. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.
- [15] Chen-Yu, H.J., Williams, G., and Kincade, D.H., (1999), Determinants of Consumer Satisfaction/dissatisfaction with the Performance of Apparel Products. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 28(2):167-192.
- [16] Şimşek, H., (2017). Marka Özgünlüğünün Ağızdan Ağıza Pazarlama ile İlişkisinde Müşteri Memnuniyetinin Aracılık Rolü: Hazır Giyim Sektöründe Bir Araştırma. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- [17] Saaludin, N., Ismail, M.H., and Harun, S., (2018). Exploring Online Apparel Shopping Satisfaction on Sizing and Fit for Malaysian Children. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 2(4):95-99.
- [18] Timur, N., (1998). Büyük Mağazalarda Müşteri Şikayetlerinin Ele Alınması ve Düzeltici Önlemler. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2):111-121.
- [19] Cassill, N.L., (1998). Do Customer Returns Enhance Product and Shopping Experience Satisfaction?. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 8(1):1-13.
- [20] Çınar, A. ve Silahtaroglu, G., (2012). Veri Madenciliği Teknikleri İle Müşteri Memnuniyetine Etki Eden Gizli Nedenlerin Keşfi. *Marmara Üniversitesi İİB Dergisi*, 33(2):309-330.
- [21] Seram, N. and Kumarasiri, K., (2020). Are Customers Satisfied? Study of the Problems Currently Prevailing in the Plus Size Women's Wear Market in Sri Lanka, *Research Journal of Textile and Apparel*, 24(3):211-227.
- [22] Kaushik, V. and Dhir, S., (2019). Non-conformance in Apparels: Exploring Online Fashion Retail in India. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 23(2):257-276.
- [23] Han, E.J. and Cho, S.K., (2013). A Study on the Causes of Consumer Complaints towards Apparel Products-Based on Laboratory Test Cases. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 37(7):864-873.
- [24] Park, Y.H., (2013). A study on Purchasing Conditions and Consumer Complaint of Outdoor Sportswear. *Journal of the Korea Fashion and Costume Design Association*, 15(3):85-97.
- [25] Chen-Yu, J. and Hong, K.H., (2002). Antecedents and Consequences of Consumer Satisfaction/dissatisfaction with the Performance of Apparel Products at Purchase and After Consumption: a Comparison of Male and Female South Korean consumers, *International Journal of Consumer Studies*, 26(2):117-127.
- [26] Good, B.A., (1972). A Study of The Textile Product Knowledge of Salespersonnel and Customer Dissatisfaction with Selected Appare., The Ohio State University, Master Thesis.
- [27] Hakkımızda, (2020). <https://www.sikayetvar.com/hakkimizda>, Erişim Tarihi: 15.10.2020.
- [28] Karapınar, D.Ç., (2017). Halkla İlişkilerde Konu Yönetimi Şikayet Var Sitesi Üzerinden Bir İnceleme. *Atatürk İletişim Dergisi*, (13):103-124.
- [29] Argan, M.T., (2014). E-Şikâyetle İlgili Tanımlayıcı Bir Çalışma: Şikâyet Forumu Olarak Bir Web Sitesinin Sosyal Ağ Analizi, *Journal of Internet Applications & Management/İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 5(1):49-66.



-
- [30] Aykut, P. ve Selvi, M.S., (2019). Akıllı Telefonlara İlişkin Şikâyetlerin Analizi: Sıkayetvar. Com Sitesi Örneği, *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 9(1):8-12.
- [31] Ünal, A., (2019). Otel Müşterilerinin E-Şikâyetlerinin Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Çalışma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(2):561-581.
- [32] Güven, H., (2020). Covid-19 Sürecinde E-Ticaret Sitelerine Yöneltilen Müşteri Şikâyetlerinin İncelenmesi, *Electronic Turkish Studies*, 15(4):511-530.
- [33] Burucuoğlu, M. ve Erdoğan Yazar, E., (2020). Üçüncü Parti Platformda Kargo Firmalarına Yapılan Müşteri Şikâyetlerinin İçerik Analizi. *International Journal of Economic & Social Research*, 16(1):99-114.
- [34] Test Hizmetleri, (2020). <http://tem.teknoloji.marmara.edu.tr/test-hizmetleri>, Erişim Tarihi: 20.10.2020.
- [35] Terzioğlu, B., (2020). Giydirmeye Cepheler İçin Uzman Görüşü Değerlendirme Yöntemi İle Bütünleşmiş Bir Analiz Aracı Önerisi, *İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*