

HAVAYOLU İŞLETMELERİNDE PAZAR BÖLÜMLENDİRME

Dr. Ali YILDIZ



© Copyright 2021

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kayıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.

*Bu Çalışma Doç. Dr. Aytekin FIRAT danışmanlığında Ali YILDIZ'a ait, "Havayolu İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme: Müşteri Tercihleri Açısından Değerlendirilmesi" adlı Doktora Tezinden üretilmiştir.

ISBN

978-625-8037-11-1

Kitap Adı

Havayolu İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme

Editör

Doç. Dr. Aytekin FIRAT
ORCID iD: 0000-0002-5599-5063

Yazar

Dr. Öğr. Üyesi Ali YILDIZ
ORCID iD: 0000-0001-7670-5320

Yayın Koordinatörü

Yasin DİLMEN

Sayfa ve Kapak Tasarımı

Akademisyen Dizgi Ünitesi

Yayıncı Sertifika No

47518

Baskı ve Cilt

Vadi Matbaacılık

Bisac Code

BUS000000

DOI

10.37609/akya.813

GENEL DAĞITIM

Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A
Yenişehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Havayolu yolcu pazarında faaliyet gösteren seyahat işletmeleri, hedef pazarlarını iyi tanımak ve etkin bölümlendirmek zorundadır. Aksi takdirde işletmelerin kaynakları israf edilmiş olacak, planlamaları ve stratejileri etkiliz kalacaktır. Bu kritik noktadan hareketle tezde, ülkemiz yurtiçi havayolu yolcu pazarında müşterilerin sektörde kullanılan kriterlere göre bölümlendirilmesi, profillerinin tanımlanması ve havayolu işletmelerini tercih etmelerinde etkili olan faktörlerin neler olduğunun öğrenilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarının işletmelere yol göstermesi beklenmektedir.

Bu çalışmada bana destek veren; başta ailem, eşim Halime Hn. ve çocuklarım Betül Mina ve Merve'ye sevgilerimi sunuyorum. Ayrıca kitap yazım sürecinde beni teşvik eden ve yönlendiren Sayın Doç. Dr. Aytekin FIRAT'a ve destek olan herkese sonsuz şükranlarımı sunuyorum. Kitabın basımında büyük katkısı bulunan Akademisyen Kitabevi'nin özveri ile çalışan ekibine teşekkür ederim. Kitabın içerdği alanda çalışan tüm araştırmacılara katkısı olması dileğiyle.

Dr. Ali YILDIZ

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
-------------	---

1. BÖLÜM

HAVAYOLU YOLCU PAZARINDA PAZAR BÖLÜMLENDİRME

1.1. Pazar Kavramı ve Yaklaşımları.....	5
1.1.1. Kitlesele pazarlama	8
1.1.2. Ürün çeşitliliğine dayalı pazarlama	8
1.1.3. Hedefli pazarlama.....	8
1.2. Pazar Bölümlendirme	9
1.2.1. Pazar bölümlendirmenin amacı.....	13
1.2.2. Pazar bölümlendirmenin faydaları	14
1.2.3. Pazar bölümlendirmenin etkinlik şartları ve sakıncaları	16
1.3. Pazar Bölümlendirme Değişkenleri.....	18
1.3.1. Coğrafik bölümlendirme.....	19
1.3.2. Demografik bölümlendirme	21
1.3.3. Psikografik bölümlendirme.....	24
1.3.4. Kullanım şekli/hacmi	27
1.3.5. Fayda şekli	28
1.3.6. Marka/mağaza sadakati	29
1.4. Pazar Bölümlendirme Aşamaları	30
1.5. Havayolu Yolcu Pazarında Pazar Bölümlendirme.....	31
1.5.1. Seyahat amacına göre bölümlendirme.....	35
1.5.1.1. İş amaçlı yolcular	41
1.5.1.2. Boş zaman yolcuları.....	44
1.5.1.2.1. Tatil amaçlı yolcular	47
1.5.1.2.2. Arkadaş-akraba ziyaret amaçlı yolcular	48
1.5.1.2.3. Eğitim amaçlı yolcular	49
1.5.3. Bilet/koltuk sınıfına göre bölümlendirme.....	58
1.5.3.1. Ekonomi sınıfı yolcular.....	59

1.5.3.2. Business sınıf yolcular	62
1.5.4. Ait olunan ülke/kültüre göre bölümlendirme.....	63
1.5.5. Uçulan mesafeye göre bölümlendirme	65
1.5.5.1. Kısa mesafeli uçuşlar	66
1.5.5.2. Uzun mesafeli uçuşlar	66

2. BÖLÜM

HAVAYOLU YOLCU PAZARINDA ÜRÜN VE HİZMETLER İLE YOLCULARIN HAVAYOLU İŞLETMESİ TERCİH KRİTERLERİ

2.1. Ürün ve Hizmet Kavramları.....	69
2.2. Hizmetlerin Özellikleri	71
2.2.1. Soyutluk.....	71
2.2.2. Ayrılmazlık	72
2.2.3. Hetorejenlik.....	72
2.2.4. Dayanıksızlık	72
2.2.5. Anında tüketim, sahiplik ve süreç.....	73
2.3. Havayolu Ürün ve Hizmetleri.....	73
2.3.1. Uçuş ile ilgili hizmetler.....	73
2.3.1.1. Kabin tasarımları ve hizmet sınıfları	74
2.3.1.2. Uçuş esnasında eğlence hizmetleri	76
2.3.1.3. Dakiklik	76
2.3.1.4. Tarife planlama ve ağ yapısı.....	77
2.3.2. Müşteri hizmetleriyle ilgili hizmetler	81
2.3.2.1. Satış noktası hizmetleri	81
2.3.2.2. Rezervasyon hizmetleri ve çifte rezervasyon	82
2.3.2.3. Kabin içi hizmetler	84
2.3.2.4. Havaalanı ve yer hizmetleri	85
2.4. Yolcuların Havayolu İşletmesi Tercih Kriterleri.....	89
2.4.1. Havayolu işletmelerinde hizmet bileşenleri	97
2.4.1.1. Hizmet kalitesi kavramı.....	99
2.4.1.2. Hizmet kalitesi ölçümü	102
2.4.1.3. Havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi boyutları.....	104

2.4.1.4. Havayolu işletmelerinde hizmet kalitesi çalışmaları	106
2.4.2. Bilet ücreti ve fiyat duyarlılığı	111
2.4.4. Sık uçanlar programı.....	118
2.4.5. Yolcu sadakati / davranışsal niyetler	122

3. BÖLÜM

PAZAR BÖLÜMLERİNİN MÜŞTERİ TERCİHLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Araştırma Konusu ve Kapsamı	127
3.2. Türkiye’de Sivil Havacılığın Gelişimi	128
3.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	130
3.4. Araştırmanın Kısıtları	131
3.5. Araştırmanın Yöntemi, Kavramsal Modeli ve Hipotezleri	131
3.6. Araştırmanın Evreni ve Örneklem.....	133
3.7. Anket Formunun Oluşturulması ve Geçerlilik Çalışmaları	134
3.8. Verilerin Toplanması	139
3.9. Ölçeğe İlişkin Bulgular	141
3.9.1. Keşfedici faktör analizi	142
3.9.2. Doğrulayıcı faktör analizi	145
3.9.3. Ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği	148
3.10. Demografik Özelliklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	149
3.11. Yolcu Karakteristiklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	153
3.12. Yolcu Karakteristikleri ile İlgili Çapraz Bulgular	162
3.13. Seyahat Amacına Göre Pazar Bölümlendirme Model Bulguları.....	172
3.14. Bilet Koltuk Sınıfına Göre Pazar Bölümlendirme Model Bulguları ...	193
3.15. Zaman / Fiyat Duyarlılığına Göre Pazar Bölümlendirme Model Bulguları	199
3.16. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi ve Tartışma	206
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	221
KAYNAKLAR.....	229

SİMGE VE KISALTMALAR

χ^2 (chi2)	: Ki Kare
A	: Düşük Maliyetli İş Modeline Yakın Havayolu İşletmesi
AIO	: Faaliyetler, İlgiler ve Fikirler Ölçeği
AMA	: Amerikan Pazarlama Derneği
AN	: Bağlı Düşük Maliyetli Havayolu İşletmesi
B	: Düşük Maliyetli İş Modeline Yakın Havayolu İşletmesi
CFI	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi
DHMI	: Devlet Hava Meydanları İşletmesi
FFP	: Sık Uçanlar Programı (Frequent Flier Programme)
GFI	: İyilik Uyum İndeksi
IATA	: Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği
IFE	: Uçuş Esnasında Eğlence Hizmetleri
IIA	: İlgisiz Alternatiflerin Bağımsızlık Özelliği
LR	: Olabilirlik Oranı Testi
O	: Düşük Maliyetli Havayolu İşletmesi
Odds	: Göreceli Olasılıklar Oranı
P	: Düşük Maliyetli Havayolu İşletmesi
R2	: Açıklanan Varyans Oranı
RMSEA	: Tahmin Hatalarının Ortalamasının Karekökü
S	: Düşük Maliyetli Havayolu İşletmesi
s.d.	: Serbestlik Derecesi
SRMR	: Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü
T	: Geleneksel Havayolu İşletmesi
VFR	: Aile/akraba arkadaş ziyareti

KAYNAKLAR

- Abdullah, K., Jan, M. T. ve Manaf, N. H. A. (2012). A Structural Equation Modelling Approach To Validate The Dimensions Of Servperf In Airline Industry Of Malaysia. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(2), 134–141.
- Acar, A. Z., ve Karabulak, S. (2015). Competition Between Full Service Network Carriers and Low Cost Carriers in Turkish Airline Market. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, ss.642-651.
- Adeola, M. M. ve Adebisi, S. O. (2014). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction As Determinant Of Airline Choice In Nigeria. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 20, 66–80. doi:10.18052/www.scipress.com/ILSHS.20.66
- Adli, M., Fong, J.-P., Lim, S.-P. ve Hamidah, A. H. (2005). The Evaluation Of Airline Service Quality Using The Analytic Hierarchy Process (ss. 382–390). International Conference on Tourism Development, sunulmuş bildiri, Grand Plaza Parkroyal Penang.
- Aguilera, A. (2008). Business Travel And Mobile Workers. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(8), 1109–1116. doi:10.1016/j.tra.2008.03.005
- Aizaki, H., Nakatani, T. ve Sato, K. (2014). *Stated Preference Methods Using R*. Chapman ve Hall Publishing. <http://www.pandora.com.tr/urun/stated-preference-methods-using-r/372100> adresinden erişildi.
- Akamavi, R. K., Mohamed, E., Pellmann, K. ve Xu, Y. (2015). Key Determinants Of Passenger Loyalty In The Low-Cost Airline Business. *Tourism Management*, 46, 528–545. doi:10.1016/j.tourman.2014.07.010
- Akkuş, Ö. ve Özkoç, H. (2016). *Stata Uygulamaları ile Nitel Veri Analizi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Aksoy, S., Atılğan, E. ve Akıncı, S. (2003). Airline Services Marketing By Domestic And Foreign Firms: Differences From The Customers' Viewpoint. *Journal of Air Transport Management*, 9(6), 343–351. doi:10.1016/S0969-6997(03)00034-6
- Alabay, M. N. (2011). Sosyal Medyada Tüketiciler ve Pazar Bölümleme Uygulamaları. <http://inet-tr.org.tr/inetconf16/bildiri/11.pdf> adresinden erişildi.
- Alamdari, F. (1999). Airline In-Flight Entertainment: The Passengers' Perspective. *Journal of Air Transport Management*, 5(4), 203–209. doi:10.1016/S0969-6997(99)00014-9
- Alamdari, F. ve Mason, K. (2006). The Future Of Airline Distribution. *Journal of Air Transport Management*, 12(3), 122–134. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.11.005
- Alderighi, M., Cento, A., Nijkamp, P. ve Rietveld, P. (2012). Competition In The European Aviation Market: The Entry Of Low-Cost Airlines. *Journal of Transport Geography*, Special Section on Theoretical Perspectives on Climate Change Mitigation in Transport, 24, 223–233. doi:10.1016/j.jtrangeo.2012.02.008
- Alderighi, M., Cento, A. ve Piga, C. A. (2011). A Case Study Of Pricing Strategies In European Airline Markets: The London – Amsterdam Route. *Journal of Air Transport Management*, Selected Papers From the 13th Air Transport Research Society Conference, 17(6), 369–373. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.02.009

- Alotaibi, K. F. (1992). *An Empirical Investigation Of Passenger Diversity, Airline Service Quality, and Passenger Satisfaction*. (Ph.D.). <http://search.proquest.com/pqdtglobal/docview/303985954/abstract/5E422E6578D64A88PQ/1> adresinden erişildi.
- Altınkurt, T., Küçük, O. ve Budak, K. (2015). Ayırt Edici Hizmet Sunumu ile Hizmet Kalitesinin Havayolu İşletme Performansı Üzerine Etkisi: XYZ Havayolu A.Ş. Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 9(Number: 39), 465–465. doi:10.9761/JASSS2938
- Altınkurt, T., Küçük, O. ve Pala, F. (2015). Ayırt Edici Hizmetlerin ve Hizmet Kalitesinin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Havacılık Sektöründe Bir Uygulama. *UHAT2015*, 519–525.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2014). *Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi* (1. Baskı.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Altunışık, R., Torlak Ö., Özdemir Ş., Uzkurt C., Özmen M., (2013), *Pazarlama İlkeleri*, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 3012, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 1965, Eskişehir.
- AMA. (2017). Dictionary. 14 Mart 2017 tarihinde <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=P> adresinden erişildi.
- Ananth, M., Demicco, F., Moreo, P. ve Howey, R. (1992). Marketplace Lodging Needs Of Mature Travelers. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33(4).
- Anderson, E. W. (1996). Customer Satisfaction and Price Tolerance. *Marketing Letters*, 7(3), 265–274.
- Ardıç, K. ve Sadaklıoğlu, H. (2009). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3).
- Atalık, Ö. ve Özel, E. (2007). Passenger Expectations and Factors Affecting Their Choice of Low Cost Carriers: Pegasus Airlines. *Proceedings of the Northeast Business ve Economics Association*, 285–288.
- Atalık, O., Eylül, I. ve Kocak, B. B. (2015). A Discourse Analysis for Ads in Turkey: Pegasus Airlines and Anadolujet. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(6), 87–101.
- Ataman, G., Behram, N. K. ve Esgi, S. (2011). İş Amaçlı Havayolu Pazarında Hizmet Kalitesinin Servqual Modeli İle Ölçülmesi ve Türk Hava Yolları “Business Class” Yolcuları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (26), 73.
- AtlasGlobal. “En Uygun Yurtiçi, Yurtdışı Uçak Bileti”. *AtlasGlobal*. 20 Şubat 2017 tarihinde <http://www.atlasglb.com/BusinessClass/> adresinden erişildi.
- Aydın, K. (2010). *Perakende Yönetiminin Temelleri* (Geliştirilmiş 3. Baskı.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aydoğmuş, U. ve Aykın, Ö. (2020). *Dijital Pazarlama ve Tüketicinin Yeni Yüzü*. Ankara: İksad Yayınevi. 125-146.
- Backer, E. (2012). VFR Travel: It is underestimated. *Tourism Management*, 33(1), 74–79. doi:10.1016/j.tourman.2011.01.027
- Baines, P., Fill, C. ve Page, K. (2008). *Marketing* (Pap/Psc edition.). Oxford ; New York: Oxford University Press.

- Bakırcı, M. (2012). Ulaşım Coğrafyası Açısından Türkiye’de Havayolu Ulaşımının Tarih-sel Gelişimi ve Mevcut Yapısı. *Marmara Coğrafya Dergisi*. Sayı 25, ss. 340-377.
- Balcombe, K., Fraser, I. ve Harris, L. (2009). Consumer Willingness To Pay For In-Flight Service and Comfort Levels: A Choice Experiment. *Journal of Air Transport Management*, 15(5), 221–226. doi:10.1016/j.jairtraman.2008.12.005
- Barutçugil, İ. (2009). *Müşteri İlişkileri ve Satış Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Battal, Ü., Yılmaz, H. ve Ateş, S. S. (2006). Türkiye’de İç Hatlarda Serbestleşme ve Ge-leceği. HaSeM’06 Kayseri VI. Havacılık Sempozyumu, Sunulmuş Bildiri, Nevşehir: Erciyes Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulu. https://www.researchgate.net/profile/Savas_Ates/publication/255994714_trkiye’de__hatlarda_serbestleme_ve_gelecek/links/0c9605215820dba29a000000.pdf adresinden erişildi.
- Belobaba, P. (1987). *Air Travel Demand And Airline Seat Inventory Management*. (Ph.D.). <http://hdl.handle.net/1721.1/14800> adresinden erişildi.
- Belobaba, P., Odoni, A. R. ve Barnhart, C. (Ed.). (2009). *The Global Airline Industry*. Chichester, West Sussex, U.K: Wiley.
- Birdir, S. S. (2015). *Otel İşletmelerinde Pazar Bölümlendirme Hedef Pazar Seçimi ve Konumlandırma*, Detay Yayıncılık.
- Black, A. (2006). *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. London: A ve C Black. <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=320268> adresinden erişildi.
- Borooah, V. K. (2002). *Logit and Probit: Ordered and Multinomial Models*. Sage.
- Boyd, E. A. (2007). *The Future Of Pricing: How Airline Ticket Pricing Has Inspired A Revolution* (1st ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Bölke, S. (2015). *Strategic Marketing Approaches Within Airline Management*. Ham-burg: Druck/Herstellung: Anchor Academic Publishing.
- Breidert, C., Hahsler, M. ve Reutterer, T. (2006). A Review of Methods For Measuring Willingness-to-Pay. *Innovative Marketing*, 2(4), 8–32.
- Bubalo, B. (2011). Airport Punctuality, Congestion and Delay: The Scope for Benchmar-king. *Airlines magazine*, 50, 1–9.
- Butler, G. F. ve Keller, M. R. (1992). The Cost-Constrained Global Airline Industry Envi-ronment: What Is Quality? *Transportation Quarterly*, 46(4), 599–618.
- Buzzell, R. D. ve Gale, B. T. (1987). *The PIMS Principles: Unking Strategy To Perform-ance*. The Free Press.
- Büyükkeklik, A., Özoğlu, B. ve Bülbül, H. (2014). Kargo Hizmet Sağlayıcılarında Kalitenin Tüketici Davranışına Etkisi: Bireysel Tüketici Araştırması. *Selcuk University Social Sciences Institute Journal*, 32.
- Büyükoztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanı-mı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470–483.
- Campbell, B. ve Ellis, D. V. (2012). The Importance Of Choice Attributes and The Positi-ons Of The Airlines Within The South African Domestic Passenger Airline Industry As Perceived By Passengers At Durban International Airport. *Southern African Bu-siness Review*, 16(2), 97–119.
- Carr, N. (1998). The Young Tourist: A Case Of Neglected Research. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 307–318. doi:10.1002/(SICI)1099-1603(199812)4:4<307::AID-PTH133>3.0.CO;2-4
- Cento, A. (2009). Characteristics Of The Airline Industry. *The Airline Industry: Challen-ges in the 21st Century*, 13–44.
- Ceylan, A. ve Anbar A. (2014). *Modern İşletmecilik*. Bursa: Ekin Yayınevi.

- Chang, Y.-H. ve Yeh, C.-H. (2002). A Survey Analysis Of Service Quality For Domestic Airlines. *European Journal of Operational Research*, 139(1), 166–177.
- Chatterjee, A., Finch, J. E., Ogden, J. R. ve Ogden, D. T. (2006). *Principles of Marketing* (5.). Piscataway, N.J.: Research ve Education Association.
- Chen, C.-F. (2008). Investigating Structural Relationships Between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, And Behavioral Intentions For Air Passengers: Evidence From Taiwan. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(4), 709–717. doi:10.1016/j.tra.2008.01.007
- Chen, F.-Y. ve Chang, Y.-H. (2005). Examining Airline Service Quality From A Process Perspective. *Journal of Air Transport Management*, 11(2), 79–87. doi:10.1016/j.jairtraman.2004.09.002
- Chin, A. T. (2002). Impact Of Frequent Flyer Programs On The Demand For Air Travel. *Journal of Air Transportation*, 7(2), 53–86.
- Chiou, Y.-C. ve Chen, Y.-H. (2010). Factors Influencing The Intentions Of Passengers Regarding Full Service And Low Cost Carriers: A Note. *Journal of Air Transport Management*, 16(4), 226–228. doi:10.1016/j.jairtraman. 2009.11.005
- Chou, C.-C., Liu, L.-J., Huang, S.-F., Yih, J.-M. ve Han, T.-C. (2011). An Evaluation Of Airline Service Quality Using The Fuzzy Weighted Servqual Method. *Applied Soft Computing*, 11(2), 2117–2128. doi:10.1016/j.asoc.2010.07.010
- Chow, C. K. W. (2015). On-Time Performance, Passenger Expectations And Satisfaction In The Chinese Airline Industry. *Journal of Air Transport Management*, 47, 39–47. doi:10.1016/j.jairtraman.2015.04.003
- Climis, R. (2016). Factors Affecting Customer Retention In The Airline Industry. *Journal of Management and Business Administration*, 24(4), 49–69.
- Conrady, R., Fichert, F. ve Sterzenbach, R. (2013). *Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch*. Munich: Walter de Gruyter.
- Costa, J., Moreira, M. ve Vieira, F. (2014). Profile Of The Tourists Visiting Porto and The North of Portugal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(5), 413–428. doi:10.1108/whatt-09-2014-0027
- Cronin, J. J. ve Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination And Extension. *The Journal of Marketing*, 55–68.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality Is Free: The Art of Making Quality Certain: How to Manage Quality - So That It Becomes A Source of Profit for Your Business* (1st edition.). New York: McGraw-Hill Companies.
- Cui, G. ve Liu, Q. (2001). Emerging Market Segments In A Transitional Economy: A Study Of Urban Consumers In China. *Journal of International Marketing*, 9(1), 84–106.
- Çabuk, S. ve Araç, S. K. (2013). Psikografik Bir Pazar Bölümlendirme Değişkeni Olarak Cinsiyet Kimliği: Tüketim Araştırmalarında Cinsiyet Kimliği Kavramının İncelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2).
- Çakar, K. ve Seyitoğlu, F. (2016). Youth Tourism: Understanding the Youth Travellers' Motivations. *Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference*, 248–253.
- Çati, K. ve Koçoğlu, C. M. (2008). Müşteri Sadakati İle Müşteri Tatmini Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Selcuk University Social Sciences Institute Journal*, 19.
- Çelikkol, E. S., Uçkun, C. G., Tekin, V. N. ve Çelikkol, Ş. (2012). Türkiye’de İç Hatlardaki Havayolu Taşımacılığında Müşteri Tercihi ve Memnuniyetini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 70–81.

- Çuhadar, M. (2006). *Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi. Isparta.
- Davies, J. C. ve Dunk, R. M. (2015). Flying Along The Supply Chain: Accounting For Emissions From Student Air Travel In The Higher Education Sector. *Carbon Management*, 6(5–6), 233–246. doi:10.1080/17583004.2016. 1151503
- Davis, L. L. (1992). Instrument Review: Getting The Most From A Panel Of Experts. *Applied Nursing Research*, 5(4), 194–197. doi:10.1016/S0897-1897(05)80008-4
- Dellaert, B. G. C. ve Lindberg, K. (2003). Variations in Tourist Price Sensitivity: A Stated Preference Model To Capture The Joint Impact of Differences in Systematic Utility and Response Consistency. *Leisure Sciences*, 25(1), 81–96. doi:10.1080/01490400306557
- DHMi. (2016). *DHMi Yolcu İstatistikleri*. Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx> adresinden erişildi.
- DHMi. (2017). *DHMi Yolcu İstatistikleri*. Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü. <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx> adresinden erişildi.
- Dickinson, J. ve Lumsdon, L. (2010). *Slow Travel and Tourism*. Tourism, Environment and Development Series. London ; Washington, DC: Earthscan.
- Doganis, R. (2002). *Flying Off The Course* (Third Edition.). London ve New York: Routledge.
- Doganis, R. (2010). *Flying Off The Course Airline Economics and Marketing* (Fourth Edition.). London ve New York: Routledge.
- Dolnicar, S., Grabler, K., Grün, B. ve Kulnig, A. (2011). Key Drivers Of Airline Loyalty. *Tourism Management*, 32(5), 1020–1026. doi:10.1016/j.tourman. 2010.08.014
- Doyle, P. ve Stern, P. (2006). *Marketing Management And Strategy* (4. ed.). Halow: Financial Times/Prentice Hall.
- Durmaz, V., Ateş, S. S., Korul, H., Ergün, N., Yavuz, N., Battal, Ü. (2016). *Yer Hizmetleri Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Yayın No: 3372, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 2224, Eskişehir.
- Dwyer, L., Seetaram, N., Forsyth, P. ve King, B. (2014). Is The Migration-Tourism Relationship Only About VFR? *Annals of Tourism Research*, 46, 130–143. doi:10.1016/j.annals.2014.03.009
- Edwards, J. ve Smyth, A. (2009). Decisions, Decisions. An Exploration Of The Decision-Making Processes Of Air Travellers Through Qualitative Research And A UK-Wide Panel Survey. *European Transport Conference, 2009*.
- Elliott, K. M. ve Roach, D. W. (1993). Service Quality in the Airline Industry. *Journal of Professional Services Marketing*, 9(2), 71–82. doi:10.1300/J090v09n02_06
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, (15).
- Ennew, C. ve Waite, N. (2007). *Financial Services Marketing: An International Guide To Principles and Practice* (1st ed.). Amsterdam ; Boston ; London: Butterworth-Heinemann.
- Erdil, S. T. ve Yıldız, O. (2011). Measuring Service Quality and A Comparative Analysis In The Passenger Carriage Of Airline Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 1232–1242. doi:10.1016/j.sbspro.2011.09.117

- Erdoğan, M. A. Ü. (2014). Türkiye’de Üniversite öğrencilerinin Seyahat Türü Tercihlerinin İncelenmesi. *Analysing The Travel Mode Choice of Universtiy Students in Turkey*, 14(3), 101.
- Eser, Z., Atalık, Ö., Kağnıcıoğlu, H. ve Devrani, T. K. (2016). *Havayolu Pazarlaması* (1. Baskı.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Etherington, L. D. ve Var, T. (1984). Establishing A Measure Of Airline Preference For Business And Nonbusiness Travelers. *Journal of Travel Research*, 22(4), 22–27.
- Eurocontrol. (2010). *Planning For Delay: Influence of Flight Scheduling On Airline Punctuality* (No: Volume 7). Eurocontrol Trends in Air Traffic. https://www.eurocontrol.int/download/publication/node-field_download-4686-0 adresinden erişildi.
- Evans, N., Campbell, D. ve Stonehouse, G. (2011). *Strategic Management For Travel and Tourism* (Repr.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ferrell, O. C., Niininen, O., Lukas, B., Schembri, S. ve Pride, W. M. (2015). *Marketing Principles* (2. Edition.). Cengage Learning Australia.
- Fırat, A., Kaya, F. ve Karadağ, L. (2009). Şehirlerin Pazarlamasında Turizm Bölgeleri İmajının Algılama Haritalarıyla İncelenmesi. *14. Ulusal Pazarlama Kongresi “Küreselden Yerele... Glokal Pazarlama* içinde (ss. 397–404). 14. Ulusal Pazarlama Kongresi, Sunulmuş Bildiri, Yozgat: Bozok Üniversitesi.
- Fırat, A. ve Dirlik, S. (2007). *Hizmet Kalitesi, Kavramlar, Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. (Editörler: Gümüsoğlu, Ş., Pınar, İ., Akbaba, A.), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Foedermayr, E. K. ve Diamantopoulos, A. (2008). Market Segmentation In Practice: Review Of Empirical Studies, Methodological Assessment, and Agenda For Future Research. *Journal of Strategic Marketing*, 16(3), 223–265. doi:10.1080/09652540802117140
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing Value From the Corporate Image*. Harvard Business Press.
- Fombrun, C. ve Shanley, M. (1990). What’s in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. *The Academy of Management Journal*, (2), 233.
- Fornell, C. ve Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy By Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis. *Journal of Marketing research*, 337–346.
- Francis, G., Dennis, N., Ison, S. ve Humphreys, I. (2007). The Transferability Of The Low-Cost Model To Long-Haul Airline Operations. *Tourism Management*, 28(2), 391–398. doi:10.1016/j.tourman.2006.04.014
- Freathy, P. ve O’Connell, F. (2012). Spending Time, Spending Money: Passenger Segmentation In An International Airport. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 22(4), 397–416. doi:10.1080/09593969.2012.690778
- Gale, B. T. (1992). *Monitoring Customer Satisfaction and Market-Perceived Quality*. American Marketing Association.
- Garrow, L. A., Jones, S. P. ve Parker, R. A. (2007). How Much Airline Customers Are Willing To Pay: An Analysis Of Price Sensitivity in Online Distribution Channels. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 5(4), 271–290. doi:10.1057/palgrave-rpm.5160052
- Garvin, D. A. (1983). Quality On The Line. *Harvard Business Review*, 61(5), 64–75.
- Garvin, D. A. (1987). Competing On The Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 100–109.

- Gerede, E. (2015). *Havayolu Taşımacılığı Ve Ekonomik Düzenlemeler Teori ve Türkiye Uygulaması* (1. Baskı.). Ankara: Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Gerede, E. (2011). Türkiye'deki Havayolu Taşımacılığına İlişkin Ekonomik Düzenlemelerin Havayolu İşletmelerine Etkisinin Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2).
- Gerson, R. (1993). *Measuring Customer Satisfaction*. Crisp Publication.
- Ghobrial, A. (1989). Competition Between U.S. and Foreign Air Carriers: An Econometric Approach. *International Journal of Transport Economics / Rivista internazionale di economia dei trasporti*, 16(1), 19–33.
- Gilbert, D. ve Wong, R. K. C. (2003). Passenger Expectations And Airline Services: A Hong Kong Based Study. *Tourism Management*, 24(5), 519–532. doi:10.1016/S0261-5177(03)00002-5
- Goeldner, C. R. ve Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (12th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Gorbunov, A. P., Efimova, E. V., Kobets, M. V. ve Kilinkarovaa, S. G. (2016). Perspective Tools of The Strategic Management of VFR Tourism Development at the Regional Level. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(18), 10801–10815.
- Gourdin, K. N. (1988). Bringing Quality Back To Commercial Air Travel. *Transportation Journal*, (Spring), 23–29.
- Gökirmak, H. (2014). Türk Hava Yolları'nın Havacılık Sektöründeki Konumu. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(4).
- Graham, A. (2014). *Managing Airports: An International Perspective* (Fourth edition.). Milton Park, Abingdon, Oxon ; New York: Routledge.
- Graham, A., Papatheodorou, A. ve Forsyth, P. (Ed.). (2008). *Aviation and Tourism: Implications For Leisure Travel*. Aldershot, England ; Burlington, VT: Ashgate.
- Grigolon, A. B., Kemperman, A. D. A. M. ve Timmermans, H. J. P. (2012). Student's Vacation Travel: A Reference Dependent Model of Airline Fares Preferences. *Journal of Air Transport Management*, 18(1), 38–42. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.08.002
- Gursoy, D., Chen, M.-H. ve Kim, H. J. (2005). The Us Airlines Relative Positioning Based On Attributes Of Service Quality. *Tourism Management*, 26(1), 57–67. doi:10.1016/j.tourman.2003.08.019
- Gustafson, P. (2012). Managing Business Travel: Developments And Dilemmas In Corporate Travel Management. *Tourism Management*, 33(2), 276–284. doi:10.1016/j.tourman.2011.03.006
- Gürses, F. (2006). Havayolu İşletmeciliğinde Müşteri Tercihlerini Etkileyen Faktörler ve Yerli Yolculara Yönelik Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*.
- Halpern, N. ve Graham, A. (2013). *Airport Marketing*. London ; New York: Routledge, Taylor ve Francis Group.
- Hamidi, N., Niareki, F. R. ve Madrekanian, H. (2013). Study Of The Effective Factors Influencing The Decision-Making Process Of Iranian Air Travelers In Their Choice Of Airline For Domestic Flights. *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*, 3. <http://tjeas.com/wp-content/uploads/2013/12/3792-3798.pdf> adresinden erişildi.
- Hañçer, M. (2003). Konaklama Endüstrisinde Müşteri Sadakati: Anlam, Önem, Etki ve Sonuçlar. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1–2), 39–45.

- Hanlon, P. (2007). *Global Airlines* (3. Edition.). Oxford: Elsevier Ltd.
- Hatipoğlu, S. ve Işık, E. S. (2015). Havayolu Ulaşımında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi: İç Hatlarda Bir Uygulama. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2). <http://www.sbd.ksu.edu.tr/article/view/5000148951> adresinden erişildi.
- Heshmati, A. ve Kim, J. (2016). *Efficiency and Competitiveness of International Airlines*. Singapore: Springer Singapore. doi:10.1007/978-981-10-1017-0
- Hess, S., Adler, T. ve Polak, J. W. (2007). Modelling Airport And Airline Choice Behaviour With The Use Of Stated Preference Survey Data. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, Selected papers of the 2005 ATRS Conference, 43(3), 221–233. doi:10.1016/j.tre.2006.10.002
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit Voice and Loyalty*. ABD: Harward University Press. <https://archivocienciassociales.files.wordpress.com/2012/10/a-o-hirschman-exit-voice-and-loyalty.pdf> adresinden erişildi.
- Hofstede, F. T., Steenkamp, J.-B. E. M. ve Wedel, M. (1999). International Market Segmentation Based On Consumer-Product Relations. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 36(1), 1–17.
- Holbrook, M. B. ve Corfman, K. P. (1985). Quality And Value In The Consumption Experience: Phaedrus Rides Again. Perceived Quality. J. Jacoby and J. Olson (eds.), *Lexington, Massachusetts: Lexington Books*, 2(31), 31–57.
- Holloway, S. (2008). *Straight and Level: Practical Airline Economics* (3rd ed.). Aldershot, England ; Burlington, VT: Ashgate Pub.
- Horak, S. ve Weber, S. (2000). Youth Tourism in Europe: Problems and Prospects. *Tourism Recreation Research*, 25(3), 37–44. doi:10.1080/02508281.2000.11014923
- Hsieh, A. T. ve Chang, E. T. (2004). The Effect Of Consumer Participation On Price Sensitivity. *Journal Of Consumer Affairs*, 38(2), 282–296.
- Hsu, C.-I., Chao, C.-C. ve Hsu, N.-W. (2015). Control Strategies For Departure Process Delays At Airport Passenger Terminals. *Transportation Planning and Technology*, 38(2), 214–237. doi:10.1080/03081060.2014.959358
- IATA. (2016). Iata Annual Review. IATA. <http://www.iata.org/publications/Documents/iata-annual-review-2016.pdf> adresinden erişildi.
- Ippolito, R. (1981). Estimating Airline Demand With Quality Of Service Variables. *Journal of Transport Economics and Policy*, 1(15), 7–15.
- Ishii, J., Jun, S. ve Van Dender, K. (2009). Air Travel Choices In Multi-Airport Markets. *Journal of Urban Economics*, 65(2), 216–227. doi:10.1016/j.jue.2008.12.001
- Işığışok, E. (2005). *Toplam Kalite Yönetimi Bakış Açısıyla İstatistiksel Kalite Kontrol*. Bursa: Hiperlink.
- Jackson, R. T. (1990). VFR Tourism: Is It Underestimated? *The Journal of Tourism Studies*, 1(2), 10–17.
- Jang, S., Yu, L. ve Pearson, T. (2003). Chinese Travellers To The United States: A Comparison Of Business Travel and Visiting Friends and Relatives. *Tourism Geographies*, 5(1), 87–108. doi:10.1080/1461668032000034097
- Jaworski, B. J. ve Varadarajan, P. (1989). The PIMS Principles: Linking Strategy To Performance. *Journal of Marketing*, 53(2), 126–129.
- Jerry, T. W. (2007). Market Segmentation. *Decision Analyst Strategic Research*. <http://www.decisionanalyst.com/downloads/marketsegm.pdf> adresinden erişildi.

- Josiam, B. M., Clements, C. J. ve Hobson, S. P. (1994). Youth Travel In The USA: Understanding the Spring Break Market. In *The State of the Art*, edited by A. V. Seaton New York: John Wiley, 322–331.
- Jou, R.-C., Lam, S.-H., Kuo, C.-W. ve Chen, C.-C. (2008). The Asymmetric Effects Of Service Quality On Passengers' Choice Of Carriers For International Air Travel. *Journal of Advanced Transportation*, 42(2), 179–208.
- Jung, S.-Y. ve Yoo, K.-E. (2014). Passenger Airline Choice Behavior For Domestic Short-Haul Travel In South Korea. *Journal of Air Transport Management*, Selected Papers From The 16th Air Transport Research Society World Conference Tainan, Taiwan, 2012, 38, 43–47. doi:10.1016/j.jairtraman.2013.12.017
- Karafakioğlu, M. (2008). *Uluslararası Pazarlama Yönetimi: Teori, Uygulama Ve Örnek Olaylar*. Beta Yayın No: 1963 İşletme-Ekonomi Dizisi 262. İstanbul: Beta Basım Yayımları.
- Karaman, D. (2020). *İlişkisel Pazarlama Bilinirliğinin ve Uygulamalarının Belirlenmesi Üzerine Hizmet Sektörlerinde Nitel Bir Araştırma*. Alanya Akademik Bakış, 4(2), 521-539.
- Katsoni, V. (2016). An Investigation Of The Tourism Distribution Channels In The VFR Segment. *Academica Turistica Portoroz:Univerza na Primorskem*, 9(1), 19–29, 99–100.
- Kattiyapornpong, U. ve Miller, K. E. (2013). Profiling VFR From Australia to The Asian Region. *The Proceedings of 1st World Conference on Hospitality* içinde (ss. 492–498). Tourism and Event Research and International Convention and Expo Summit 2013, Sunulmuş Bildiri, Bangkok: International Program in Hotel and Tourism Management, Siam University. <http://www.cabi.org/cabdirect/FullTextPDF/2013/20133267930.pdf> adresinden erişildi.
- Kaufman, P. (1979). Quality Is Free (Book Review). *Library Journal*, 104(4), 486.
- Kavacık, M. *Turizm Sektöründe Müşteri Analizi: Alanya, Kundu, Side ve Belek Araştırması*, Akademisyen Kitabevi A.Ş., Ankara.
- Kazançoğlu, İ. (2011). Havayolu Firmalarında Müşteri Sadakatının Yaratılmasında Kurum İmajının Ve Algılanan Hizmet Kalitesinin Etkisi. *Akdeniz University Faculty of Economics ve Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(21).
- Ki-Heung, Y. (2015). A Study On The Effect of Mobile Shopping Applications Features Following by Applications Preference-Mediating Effect of Price Sensitivity. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(18). <http://52.172.159.94/index.php/indjst/article/view/78365> adresinden erişildi.
- Kim, B.-D., Srinivasan, K. ve Wilcox, R. T. (1999). Identifying Price Sensitive Consumers: The Relative Merits of Demographic vs. Purchase Pattern Information. *Journal of Retailing*, (75), 173–193.
- Kim, M.-J., Chung, N. ve Lee, C.-K. (2011). The Effect Of Perceived Trust On Electronic Commerce: Shopping Online For Tourism Products And Services In South Korea. *Tourism Management*, 32(2), 256–265. doi:10.1016/j.tourman.2010.01.011
- Kim, Y. K. ve Lee, H. R. (2011). Customer Satisfaction Using Low Cost Carriers. *Tourism Management*, 32(2), 235–243. doi:10.1016/j.tourman.2009.12.008
- Koç, E. (2012). *Tüketici Davranışları ve Pazarlama Stratejileri* (4. Baskı.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Koçoğlu, C. M. ve Aksoy, R. (2012). Hizmet Kalitesinin Servperf Yöntemi İle Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 29, 1–25.
- Koo, B., Mantin, B. ve O'Connor, P. (2011). Online Distribution Of Airline Tickets: Should Airlines Adopt A Single Or A Multi-Channel Approach? *Tourism Management*, 32(1), 69–74. doi:10.1016/j.tourman.2009.11.008
- Korul, V. ve Küçükönel, H. (2003). Türk Sivil Havacılık Sisteminin Yapısal Analizi. *Ege Academic Review*, 3(1), 24–38.
- Kotler, P. (2000a). *Marketing Management Millenium Edition* (10. Edition.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000b). *Pazarlama Yönetimi*. (N. Muallimoğlu, Çev.) Beta Yayın No ; 1035. İşletme-Ekonomi Dizisi ; 112. İstanbul : Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Kotler, P. ve Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14. Edition.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. ve Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14. Edition.). Prentice Hall.
- Krishnamurthi, L. ve Raj, S. P. (1991). An Empirical Analysis Of The Relationship Between Brand Loyalty And Consumer Price Elasticity. *Marketing Science*, (2), 172.
- Kuljanin, J. ve Kalić, M. (2015). Exploring Characteristics Of Passengers Using Traditional And Low-Cost Airlines: A Case Study Of Belgrade Airport. *Journal of Air Transport Management*, Selected Papers From The Air Transport Research Society World Conference, Bergamo (Italy) and World Conference on Transport Research, Rio de Janeiro (Brazil), 2013, 46, 12–18. doi:10.1016/j.jairtraman.2015.03.009
- Lazer, W. (1963). "Lifestyle Concepts and Marketing" in Toward Scientific Marketing. *American Marketing Association*, (S. Greyser (ed.)), 243–252.
- Leick, R. (2007). Building Airline Passenger Loyalty Through An Understanding of Customer Value: A Relationship Segmentation of Airline Passengers. <https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/handle/1826/3229> adresinden erişildi.
- Lewis, C. R. ve Shoemaker, S. (1997). Price Sensitivity Measurement A Tool For The Hospitality Industry. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 2(38), 44–54.
- Lian, J. I. ve Denstadli, J. M. (2004). Norwegian Business Air Travel–Segments And Trends. *Journal of Air Transport Management*, 10(2), 109–118. doi:10.1016/j.jairtraman.2003.08.001
- Lichtenstein, D. R., Bloch, P. H. ve Black, W. C. (1988). Correlates Of Price Acceptability. *Journal of consumer research*, 243–252.
- Lin, H.-F. ve Huang, Y.-W. (2015). Factors Affecting Passenger Choice Of Low Cost Carriers: An Analytic Network Process Approach. *Tourism Management Perspectives*, 16, 1–10. doi:10.1016/j.tmp.2015.05.005
- Lindenmeier, J. ve Tscheulin, D. K. (2008). The Effects Of Inventory Control And Denied Boarding On Customer Satisfaction: The Case Of Capacity-Based Airline Revenue Management. *Tourism Management*, 29(1), 32–43. doi:10.1016/j.tourman.2007.04.004
- Long, J., Vogelaar, A. ve Hale, B. W. (2014). Toward Sustainable Educational Travel. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 421–439. doi:10.1080/09669582.2013.819877
- Lovelock, C. ve Wright, L. (1999). *Principles of Service Marketing and Management*. Prentice Hall.

- Lu, J.-L., Choi, J. K. ve Tseng, W.-C. (2011). Determinants Of Passengers' Choice Of Airline Check-In Services: A Case Study Of American, Australian, Korean, And Taiwanese Passengers. *Journal of Air Transport Management*, 17(4), 249–252. doi:10.1016/j.jairtraman.2010.12.011
- Lu, J.-L. ve Tsai, L.-N. (2004). Modeling The Effect Of Enlarged Seating Room On Passenger Preferences Of Domestic Airlines In Taiwan. *Journal of Air Transportation*, 9(2), 83–97.
- Mak, B. ve Go, F. (1995). Matching Global Competition: Cooperation Among Asian Airlines. *Tourism Management*, 16(1), 61–65.
- Malaval, P. ve Bénaroya, C. (2002). *Aerospace Marketing Management*. Boston, MA: Springer US. doi:10.1007/978-1-4615-1065-9
- Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*. Yayın ; no. 3066. İşletme-Ekonomi ; 761 (1. Baskı.). İstanbul : Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Mason, K. (2002). Future Trends In Business Travel Decision Making. *Journal of Air Transportation*, 7(1), 47–68.
- Mason, K. J. (2000). The Propensity Of Business Travellers To Use Low Cost Airlines. *Journal of Transport Geography*, 8(2), 107–119. doi:10.1016/S0966-6923(99)00032-0
- Mason, K. J. (2001). Marketing Low-Cost Airline Services To Business Travellers. *Journal of Air Transport Management*, 7(2), 103–109. doi:10.1016/S0969-6997(00)00036-3
- McGregor, J. (2009). There Is No More Normal. *Businessweek*, 23-30 March.
- McMullan, R. (2005). A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Loyalty Development. *Journal of Services Marketing*, 19(7), 470–481. doi:10.1108/08876040510625972
- Middleton, V. T. C. ve Clarke, J. (2001). *Marketing In Travel and Tourism* (3rd ed.). Oxford ; Boston: Butterworth-Heinemann.
- Mirza, M. (2008). Economic Impact of Airplane Turntimes. *AERO Quarterly*, 4, 2008.
- Mitchell, G. E. (2006). *Global Travel Tourism Career Opportunities*. Charleston, SC: GEM Group. <http://site.ebrary.com/id/10223799> adresinden erişildi.
- Moreno-Izquierdo, L., Ramón-Rodríguez, A. ve Perles Ribes, J. (2015). The Impact Of The Internet On The Pricing Strategies Of The European Low Cost Airlines. *European Journal of Operational Research*, 246(2), 651–660. doi:10.1016/j.ejor.2015.05.013
- Mucuk, I. (2010). *Pazarlama ilkeleri* (18. Baskı.). İstanbul: Türkmen, 2010.
- Mudie, P. ve Cottam, A. (1999). *The Management And Marketing Of Services* (2nd ed.). Oxford ; Boston: Butterworth Heinemann.
- Nakip, M., Varinli, İ. ve Gülmez, M. (2012). *Güncel Pazarlama Yönetimi* (1.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nassiri, H. ve Rezaei, A. (2012). Air Itinerary Choice In A Low-Frequency Market: A Decision Rule Approach. *Journal of Air Transport Management*, 18(1), 34–37. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.08.001
- Navarro, M., Navaza, B., Guionnet, A. ve López-Vélez, R. (2012). A Multidisciplinary Approach To Engage VFR Migrants in Madrid, Spain. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 10(3), 152–156. doi:10.1016/j.tmaid.2012.03.001
- Nieheus, A., Belin, S., Hansson, T., Hauser, R., Mostajo, M. ve Richter, J. (2001). Punctuality: How Airlines Can Improve On Time Performance. *Booz Allen ve Hamilton*. <http://www.boozallen.com/content/dam/boozallen/media/file/76772.pdf> adresinden erişildi.

- Nünning, A. ve Neumann, B. (2012). *Travelling Concepts For The Study of Culture*. Berlin: De Gruyter.
- O'Connell, J. F. ve Williams, G. (2005). Passengers' Perceptions Of Low Cost Airlines And Full Service Carriers: A Case Study Involving Ryanair, Air Lingus, Air Asia And Malaysia Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 11(4), 259–272. doi:10.1016/j.jairtraman.2005.01.007
- Odabaşı, Y. (2006). *Perakendecilikte Müşteri İlişkileri ve Yönetimi* (1. Baskı.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Odabaşı, Y. (2010). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi* (8. Baskı.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Oghojofo, B. E. A. ve Adekoya, A. G. (2014). Determinants Of Customers' Satisfaction in the Nigerian Aviation Industry Using Analytic Hierarchy Process (AHP) Model. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 10(4), 107–126.
- Okeudo, G. ve Chikwendu, D. U. (2013). Effects of Airline Service Quality On Airline Image And Passengers Loyalty Findings From Ark Air Nigeria Airways. *International Journal of Current Research*, 5(7).
- Okumuş, A. ve Asil, H. (2007). Havayolu Taşımacılığında Yerli ve Yabancı Yolcuların Memnuniyet Düzeylerine Göre Beklentilerinin İncelenmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 152–175.
- Okumuş, A. ve Asil, H. (2007). Hizmet Kalitesi Algılamasının Havayolu Yolcularının Genel Memnuniyet Düzeylerine Olan Etkisinin İncelenmesi, 36(2), 07-29.
- O'Leary, J. T., Hsieh, S., Morrison, A. M. ve diğerleri. (1995). Segmenting The Visiting Friends And Relatives Market By Holiday Activity Participation. *Journal of Tourism Studies*, 6(1), 48.
- Oliveira, A. V. M. (2003). Simulating Revenue Management In An Airline Market With Demand Segmentation And Strategic Interaction. *Journal of Revenue ve Pricing Management*, 1(4), 301.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33. doi:10.2307/1252099
- Ong, W. L. ve Tan, A. K. G. (2010). A Note On The Determinants Of Airline Choice: The Case Of Air Asia And Malaysia Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 16(4), 209–212. doi:10.1016/j.jairtraman.2009.06.001
- Ostrowski, P. L., O'Brien, T. V. ve Gordon, G. L. (1993). Service Quality And Customer Loyalty In The Commercial Airline Industry. *Journal of Travel Research*, 32(2), 16–24.
- Özgüven, N. (2007). *Hizmetlerin Pazarlanmasında Müşteri Memnuniyeti ve Bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Palmer, R. A. ve Millier, P. (2004). Segmentation: Identification, Intuition, and Implementation. *Industrial Marketing Management*, 33(8), 779–785. doi:10.1016/j.indmarman.2003.10.007
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Customer Perceptions Of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research. *The Journal of Marketing*, 41–50.
- Park, C. W., Iyer, E. S. ve Smith, D. C. (1989). The Effects Of Situational Factors On In-Store Grocery Shopping Behavior: The Role Of Store Environment And Time Available For Shopping. *Journal of Consumer Research*, 15(4), 422–433.

- Park, J.-W. (2007). Passenger Perceptions Of Service Quality: Korean And Australian Case Studies. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 238–242. doi:10.1016/j.jairtraman.2007.04.002
- Park, J.-W., Robertson, R. ve Wu, C.-L. (2004). The Effect Of Airline Service Quality On Passengers' Behavioural Intentions: A Korean Case Study. *Journal of Air Transport Management*, 10(6), 435–439. doi:10.1016/j.jairtraman.2004.06.001
- Park, J.-W., Robertson, R. ve Wu, C.-L. (2006). The Effects Of Individual Dimensions Of Airline Service Quality: Findings From Australian Domestic Air Passengers. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 13(2), 161–176. doi:10.1375/jhtm.13.2.161
- Park, J.-W., Robertson, R. ve Wu, C.-L. (2009). Differences In Air Passengers' Buying Behaviour: Findings From Korean And Australian International Passengers. *Transportation Planning and Technology*, 32(5), 441–460. doi:10.1080/03081060903017176
- Pekkaya, M. ve Akıllı, F. (2013). Havayolu Hizmet Kalitesinin Servperf-Servqual Ölçeği İle Değerlendirmesi ve İstatistiksel Analizi. *AİBÜ - İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 75–96.
- Pereira, P. T., Almeida, A., Menezes, A. G. ve Vieira, J. C. (2007). How Do Consumers Value Airline Services Attributes? A Stated Preferences Discrete Choice Model Approach. *Management – Journal of Contemporary Management Issues*, 12(2), 25–40.
- Petrack, J. F. (2005). Segmenting Cruise Passengers With Price Sensitivity. *Tourism Management*, 26(5), 753–762. doi:10.1016/j.tourman.2004.03.015
- Petruş, C. ve Toanca, L. (2014). The Factors That Influences Revenue Management Policy. *Management Challenges For Sustainable Development* içinde (ss. 271–277). Proceedings of The 8th International Management Conference, Sunulmuş Bildiri, Bucharest Romania.. <http://conferinta.management.ase.ro/archives/2014/pdf/25.pdf> adresinden erişildi.
- Plummer, J. T. (1974). The Concept and Application of Life Style Segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Simon and Schuster. https://books.google.com.tr/books/about/Competitive_Strategy.html?id=Hn1kNE0OcGsC&source=kp_cover&redir_esc=y adresinden erişildi.
- PR Newswire. (2016). Travel and Tourism in Turkey to 2020. *NY-Reportlinker*.
- Proussaloglou, K. ve Koppelman, F. S. (1999). The Choice Of Air Carrier, Flight, and Fare Class. *Journal of Air Transport Management*, 5(4), 193–201. doi:10.1016/S0969-6997(99)00013-7
- Proussaloglou, K. ve Koppelman, F. (1995). Air Carrier Demand: An Anaysis Of Market Share Determinants. *Transportation*, 22(4), 371–388.
- Reichheld, F. F., ve Sasser, J. W. (1990). Zero Defections: Quality Comes To Services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105–111.
- Reichheld, F. F. ve Schefter, P. (2000). E-Loyalty: Your Secret Weapon On The Web. *Harvard Business Review*, 78(4), 105–113.
- Rhoades, D. L. (2014). *Evolution of International Aviation: Phoenix Rising* (Revised edition.). Farnham, Surrey, England ; Burlington, VT: Ashgate.

- Richards, G. (2011). *Youth Travel Matters: Understanding The Global Phenomenon of Youth Travel*. Unwto United Nations World Tourism Organization. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf adresinden erişildi.
- Ritchie, J. B., Johnston, E. E. ve Jones, V. J. (1980). Competition, Fares and Fences—Perspective Of The Air Traveler. *Journal of Travel Research*, 18(3), 17–25.
- Roos, I., Gustafsson, A., Edvardsson, B. ve Landmark, P. (2010). Should We Differentiate Between Business And Private Customers? *19th Annual Frontiers in Services*, 10–13.
- Russell, E. (2010). *The Fundamentals Of Marketing*. AVA Fundamentals Series. Lausanne: AVA Academia.
- Saunders, M., Lewis, P. ve Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Financial Times Prentice Hall.
- Sayım, F. ve Aydın, V. (2011). Hizmet Sektörü Özellikleri ve Sistematiik Olmayan Risklerin Sektör Menkul Kıymetleri ile Etkileşimine Dair Teorik Bir Çalışma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 245-262.
- Seaton, A. V. ve Tagg, S. (1995). Disaggregating Friends and Relatives in VFR Tourism Research: The Northern Ireland Evidence 1991-1993. *Journal of Tourism Studies*, 1(6), 6–18.
- Semer-Purzycki, J. (2000). *A Practical Guide To Fares And Ticketing* (3rd ed.). Albany: Delmar Thomson Learning.
- SHGM,(2017a)..Faaliyet.Raporu..<http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/faaliyet/2017.pd>, Erişim tarihi 01.03.2018
- SHGM,(2017b)..http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/havacilik_isletmeleri/Havayolu_isletmeleri.pdf, Erişim tarihi 01/03/2018
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. Sage Course Companions. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Shaw, S. (2005). *Airline Marketing and Management* (6 edition.). Burlington, Vt.: Routledge.
- Shaw, S. (2007). *Airline Marketing And Management* (6. Edition.). Aldershot (England); Burlington (Vermont): Ashgate.
- Sherlekar, S. A., Prasad, K. N. ve Victor, S. J. S. (2010). *Principles of Marketing* (C. Rev. ed). Mumbai [India]: Himalaya Publishing House.
- Smith, W. R. (1956). Product Differentiation and Market Segmentation As Alternative Marketing Strategies. *Journal of Marketing*, 21(1), 3–8.
- Sokolovskyy, A. (2012). *Analyzing Factors Impacting Students Choice Between Low-Cost and Full-Fare Airlines*. <https://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/135841> adresinden erişildi.
- Speri, J. (2006). *Potential On Time Performance Improvements at the Lufthansa Station at Frankfurt Airport: A Human Factors Approach*. <http://mro.massey.ac.nz/bitstream/handle/10179/619/thesis.pdf?sequence=1> adresinden erişildi.
- Steven, A. B., Dong, Y. ve Dresner, M. (2012). Linkages Between Customer Service, Customer Satisfaction And Performance In The Airline Industry: Investigation Of Non-Linearities And Moderating Effects. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 48(4), 743–754. doi:10.1016/j.tre.2011.12.006
- Sultan, F. ve Simpson, M. C. (2000). International Service Variants: Airline Passenger Expectations and Perceptions of Service Quality. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 188–216.

- Suzuki, Y. (2000). The Relationship Between On-Time Performance and Airline Market Share: A New Approach. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 36(2), 139–154. doi:10.1016/S1366-5545(99)00026-5
- Suzuki, Y. (2007). Modeling and Testing The “Two-Step” Decision Process Of Travelers In Airport And Airline Choices. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 43(1), 1–20. doi:10.1016/j.tre.2005.05.005
- Süer, İ. (2014). *Pazarlama İlkeleri* (1. Baskı.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Swan, W. M. (2002). Airline Demand Distributions: Passenger Revenue Management and Spill. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38(3), 253–263.
- Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2002). *Business Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Şengür, F. K. ve Şengür, Y. (2017). Havayolu İş Modelleri: Kavramsal Bir Analiz. https://www.researchgate.net/profile/Ferhan_Kuyucak_Sengur/publication/309533631_Havayolu_Is_Modelleri_Kavramsal_Bir_Analiz/links/58aeb4d-892851cf7ae85d085/Havayolu-Is-Modelleri-Kavramsal-Bir-Analiz.pdf, Erişim Tarihi: 01/03/2018
- Tarrant, M. A., Lyons, K., Stoner, L., Kyle, G. T., Wearing, S. ve Poudyal, N. (2014). Global Citizenry, Educational Travel and Sustainable Tourism: Evidence From Australia and New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 403–420. doi:10.1080/09669582.2013.815763
- Taşçı, D. ve Yalçinkaya, A. (2015). Havayolu Sektöründe Yeni Bir İş Modeli: Bağlı Düşük Maliyetli Havayolu (Airline Within Airline) Modeli ve Anadolujet Örneği Bağlamında Bir Karşılaştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(2), 177-201.
- Taşkın, E. (2009). *Pazarlama Esasları*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Teichert, T., Shehu, E. ve Von Wartburg, I. (2008). Customer Segmentation Revisited: The Case Of The Airline Industry. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 42(1), 227–242. doi:10.1016/j.tra.2007.08.003
- Tek, Ö. B. ve Özgül, E. (2007). *Modern Pazarlama İlkeleri* (2. Baskı.). İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Tenekecioğlu, B. (2000). *Pazarlama Yönetimi* (Genişletilmiş Yeni Baskı.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Thorson, E. ve Duffy, M. (2012). *Advertising Age: The Principles Of Advertising and Marketing Communication At Work* (1st ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- THY - Yurtiçi Uçuşları / Uçuş Seçimi - Türk Hava Yolları | thy.com. 19 Şubat 2017 tarihinde <https://online.turkishairlines.com/internetbooking/availability>. tk adresinden erişildi.
- Todorovic, N., Apelic, J. ve Romic, G. (2015). Characteristics of Foreign Youth Tourism in Belgrade. *Glasnik Srpskog geografskog drustva*, 95(3), 1–16. doi:10.2298/GSG-D1503001T
- Toh, R. S. ve Hu, M. Y. (1990). A Multiple Discriminant Approach To Identifying Frequent Fliers In Airline Travel: Some Implications For Market Segmentation, Target Marketing, and Product Differentiation. *The Logistics and Transportation Review*, (2), 179.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E. ve Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin Coğrafi İşaretili Ürün Algısı ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı

- mlı. *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1). doi:10.18657/yecbu.06210
- Tokol, T. (2010). *Pazarlama Yönetimi* (11. Basım.). Bursa: Dora Yayınları.
- Torlak, Ö. ve Altunışık, R. (2012). *Pazarlama Stratejileri* (2.). İstanbul. <http://www.pandora.com.tr/urun/pazarlama-stratejileri/178948> adresinden erişildi.
- Tribe, J. (2005). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism* (3. ed.). Amsterdam: Elsevier.
- Tuncer, D., Ayhan, D. Y., ve Varoğlu, D. B. (2016). *Genel İşletmecilik Bilgileri*. 7. Baskı. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Turkish Airlines. (2016). *Thy Yatırım Raporları*. http://investor.turkishairlines.com/documents/ThyInvestorRelations/download/sunumlar/IR_PRESENTATION_9A'16_TR_vF.pdf adresinden erişildi.
- UNWTO. (2016). *United Nations World Tourism Highlights 2016*. United Nations World Tourism Organisation. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> adresinden erişildi.
- Uslu, A. (2013). Ankara Şehirlerarası Terminal İşletmesi Hizmet Kalitesinin Servper Yöntemi İle Ölçülmesi. *Yeni Fikir*, (10), 67–86.
- Ünal, S., ve Erciş, A. (2006). Pazarın Satın Alma Tazlarına ve Kişisel Değerlere Göre Bölümlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1).
- Varinli, İ. ve Çatı, K. (2010). *Güncel Pazarlama Yaklaşımlarından Seçmeler*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2010.
- Wallin Andreassen, T. ve Lindestad, B. (1998). Customer Loyalty and Complex Services: The Impact Of Corporate Image On Quality, Customer Satisfaction and Loyalty For Customers With Varying Degrees Of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management*, 9(1), 7–23. doi:10.1108/09564239810199923
- Wang, R., Shu-Li, Hsu, Lin, Y. H. ve Tseng, M.-L. (2011). Evaluation Of Customer Perceptions On Airline Service Quality In Uncertainty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 25, 419–437. doi:10.1016/j.sbspro.2012.02.054
- Wang, Z. (2004). *Evaluating The Airline Selection Behavior Of United States Domestic Travelers: An Empirical Study*. (M.S.). <http://search.proquest.com/pqdtglobal/docview/305103835/abstract/4738439ED25E48A8PQ/1> adresinden erişildi.
- Wedel, M. ve Kamakura, W. A. (2000). *Market Segmentation Conceptual and Methodological Foundations (International Series in Quantitative Marketing)* (2. Edition.). Kluwer Academic Publishers.
- Wen, C.-H. ve Lai, S.-C. (2010). Latent Class Models Of International Air Carrier Choice. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, Selected Papers from the 12th ATRS Conference, 46(2), 211–221. doi:10.1016/j.tre.2009.08.004
- Wensveen, J. G. ve Wells, A. T. (2007). *Air Transportation: A Management Perspective*. Burlington, VT: Ashgate.
- Wilfred, U., Stephens, M., Ikeogu, C., Ibe, C. ve Akpan, E. (2012). Determinants Of Airline Choice-Making: The Nigerian Perspective. *African Journal of Business Management*, 6(15). doi:10.5897/AJBM11.2606
- Yang, C. W. (2010). Integrating Fuzzy Integral With Multinomial Logit Model To Evaluate The Effects Of Service Quality On Traveling Airline Choice. *Information Technology Journal*, 9(7), 1449–1457.

- Yang, K. C., Hsieh, T. C., Li, H. ve Yang, C. (2012). Assessing How Service Quality, Airline Image And Customer Value Affect The Intentions Of Passengers Regarding Low Cost Carriers. *Journal of Air Transport Management*, 20, 52–53. doi:10.1016/j.jairtraman.2011.12.007
- Yee, W. F. ve Xian, T. H. (2012). Price Sensitivity-Consumer Satisfaction Relationship Towards Electrical Appliances. *World*, 2(6). <http://wbiaus.org/5.%20Foong1.pdf> adresinden erişildi.
- Yıldırım, M. ve Merter, M. E. (2017). *Kalite Yönetim Sistemleri*. 1. Baskı. İstanbul: Lisans Yayıncılık
- Yoo, K. ve Ashford, N. (1996). Carrier Choices of Air Passengers in Pacific Rim: Using Comparative Analysis and Complementary Interpretation of Revealed Preference and Stated Preference Data. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 1562, 1–7. doi:10.3141/1562-01
- Young, C., Cunningham, L. ve Lee, M. (1994). Assessing Service Quality As An Effective Management Tool The Case Of The Airline Industry. *Journal of Marketing*.
- Young, L. (2005). *Marketing The Professional Services Firm: Applying The Principles and The Science Of Marketing To The Professions*. Chichester, West Sussex, England Hoboken, NJ: John Wiley ve Sons, Inc.
- Yousuf, M. ve Backer, E. (2015). A Content Analysis Of Visiting Friends and Relatives (VFR) Travel Research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 25, 1–10. doi:10.1016/j.jhtm.2015.07.003
- Zeithaml, V. A. (1987). Defining and Relating Price, Perceived Quality, and Perceived Value. *Marketing Science Institute*, 87–101.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences Of Service Quality. *the Journal of Marketing*, 31–46.