

Araştırma Makalesi

**Hizmet Kalitesi Ve Servqual Ölçeği Literatürünün Bibliyometrik Analiz
Yöntemiyle İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma**

*A Research On The Examination Of Service Quality And Servqual Scale Literature With
Bibliometric Analysis Method*

Can Efcan AKHAN Araş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, canakhan@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-1731-0075	Ümit İhsan KORKMAZ Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, umit.korkmaz@ttmail.com https://orcid.org/0000-0003-1950-0390	Rıfat STRUGO Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, rifatstrugo@gmail.com https://orcid.org/0000-0001-9374-7151	Murat Hakan ALTINTAŞ Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi mhakan@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-8517-0540
--	--	--	--

Makale Gönderme Tarihi 17.11.2020	Revizyon Tarihi 10.02.2021	Kabul Tarihi 25.02.2021
---	--------------------------------------	-----------------------------------

Öz

Çalışmanın temel amacı literatürde hizmet kalitesinin ölçülmesindeki öncü araştırmalardan olan SERVQUAL ölçeğinin literatürdeki dönemsel değişikliklerini ve gelişimini incelemektir. Çalışmanın veri seti 1980-2020 yılları arasında yayınlanan ve Web of Science veri tabanında alıntılanan akademik makaleleri kapsamaktadır. Söz konusu akademik makalelerde, başlığında "Service Quality" ve / veya "SERVQUAL" kelimesi bulunanlar incelenmiştir. Bibliyometrik analiz SciMat yazılımı kullanılarak, anahtar kelimelere dayalı bir ortak kelime analizi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Hizmet kalitesi ve bu bağlamda önemli bir ölçüm aracı olan SERVQUAL ölçeği çalışma alanının üç farklı dönemi incelenmiş, her dönem için ortaya çıkan temalar belirlenmiştir. Yine her bir periyot için atıf ve yayın performansları incelenerek, dergi ve yayın dağılımları incelenmiştir. Analiz sonuçları, müşteri algısının hizmet kalitesi üzerine çalışmalarında etkili bir kavram olduğunu tekrar ortaya koymuş ve yıllar içerisinde gelişen rekabet ortamı sonucunda artan tüketici beklentilerin hizmet kalitesi literatürüne de yansıdığını belirlemiştir. Çalışma, hizmet kalitesi odaklı çalışmaların ne yöne doğru evrildiğinin anlaşılması ve çalışma hayatındaki gelişmelerle paralel olarak verimlilik sağlaması bağlamında önem taşımaktadır.

Anahtar kelimeler: Bibliyometri, Bibliyometrik Analiz, Ortak Kelime, Hizmet Kalitesi, Servqual, Scimat

Abstract

The study's main purpose is to examine the periodic changes and development of the SERVQUAL scale in the literature, one of the leading researchers in measuring service quality in the literature. The study's data set includes the academic articles published between 1980-2020 and quoted in the Web of Science database. The articles with the keywords "Service Quality" and/or "SERVQUAL" in the title of these academic articles were examined. Bibliometric analysis was carried out using SciMat software as a co-word analysis based on keywords. Service quality and the SERVQUAL scale, an important measurement tool in this context, were examined in three different study areas. The emerging themes for each period were determined. The journal and publication distributions were examined by examining the citation and publication performances for each period. Analysis results reveal that customer perception is an effective concept in the studies on service quality and determined that the increasing consumer expectations resulting from the

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Akhan, C.E., Korkmaz, Ü.İ., Strugo, R., Altıntaş, M.H., 2021, Hizmet Kalitesi Ve Servqual Ölçeği Literatürünün Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 56(1), 329-352

competitive environment developed over the years are also reflected in the service quality literature. The study provides insights into understanding how service quality-oriented studies are evolving and providing efficiency in parallel with business life developments.

Keywords: Bibliometrics, Bibliometric Analysis, Co-Word, Service Quality, Servqual, Scimat

1. GİRİŞ

Hizmet kalitesi modeli veya e-hizmet kalite modeli günümüzde çok çeşitli çalışmalarda kullanılmaktadır ve sadece bir işletmenin başarı oranının belirlenmesinde değil, aynı zamanda müşteri deneyimlerinin sanal ortamda belirlenmesi konusunda da önemlidir. Teknolojiye dayalı sistemlerdeki gelişmeler, bankacılık sektörü başta olmak üzere müşterilerle olan etkileşimleri noktasında büyük bir değişim yaşamıştır. İnternet bankacılığının ve geleneksel bankacılığın sunduğu hizmetlerin kalitesi konusunda farklı görüşlere sahip olsalar dahi, belirli kesim kullanıcıların memnuniyetle karşıladığı rekabetçi gelişmeler, tek başına bankalar ve müşterileri arasında sağlıklı ilişkileri garanti etmemektedir. Bu bağlamda, müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati daha güçlü ilişkiler kurmada temel faktörler olarak görülmektedir (Raza ve Diğ., 2020). Sağlık sektörü açısından ise artan rekabet baskısı, tedavi yöntemlerindeki gelişmeler ve hastalar/yakınlarının beklentilerindeki artışla tedavilerin kalite güvencesi ve etkililik unsurları büyük bir gereklilik halini almıştır (Camgöz Akdağ ve Diğ., 2013).

Hizmet kalitesi ve/veya SERVQUAL bir teori/ölçüm aracı olarak kendine özgü bir çalışma alanı yaratmıştır. Bu iki olgu bütüncül bir teorinin ifadesidir. İlgili alana bakıldığında hizmet kalitesi ve servqual kavramlarının makalelerin başlığında yer alması oldukça yoğun olarak görülmektedir. Bu çalışmalar bazen hizmet kalitesi olgusunun destekleyicileri olarak parantez içerisinde gösterilmekte (Naik ve Di.,2010) çoğu zaman hizmet kalitesi olgusunun uygulama alanı muhakkak SERVQUAL olarak ifadelendirilmektedir (Örneğin; Pekkaya, ve Diğ., 2019; Bhat, 2012). Hatta SERVQUAL kavramının makale başlığında hizmet kalitesinin ana olgusu olarak gösterilmektedir (Yousapronpaiboon, 2014).

Hizmet pazarlaması alanında hizmet kalitesi algısı özellikle bankacılık, sağlık, kamu ve perakendecilik sektörlerinde yoğun biçimde kullanılmaktadır (Ladhari, 2009). SERVQUAL modeli, karar vericilerin kişisel yargılarına göre her boyutun önceliklerinin belirlemelerini gerektiren çok boyutlu bir değerlendirmeleri içerir. Her boyutun öncelikleri kapsamında karar vericiler bir firmanın hedefini ve çalışma modelini tatmin edecek alternatifler seçebilirler (Ocampo ve Diğ., 2017). Bu kapsamda hizmet kalitesini belirlemek ve ölçmek adına geliştirilen hizmet kalitesi ölçüm araçları mevcuttur. SERVQUAL ölçeği literatürde genel olarak kabul görmüştür ve kullanılan en temel ölçüm aracıdır. Her ölçüm aracında karşılaşılabilecek çeşitli eksikliklerine rağmen, birçok araştırmacı hizmet kalitesinin ölçülmesi bağlamında ölçeği faydalı bulmaya devam etmektedir. Çalışma hizmet kalitesi kavramının literatürde üç dönem bağlamında incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bibliyometrik analizi içermektedir. Makalede öncelikle konuya ilişkin gerçekleştirilen literatür taramasının sonucu olarak teorik bilgi verilmiş, daha sonra ise “hizmet kalitesi” ve “SERVQUAL” kavramlarını içeren literatüre ilişkin bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiş, analiz edilmiş ve her bir periyota ilişkin sonuçlar paylaşarak, alan gelişiminin genel yapısı aktarılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Hizmet Kalitesi ve İlişkili Ölçekler

Hizmet kalitesi kavramı olarak hizmet pazarlaması alanının en temel olgularından biridir ve firmaların kritik bir başarı faktörü olarak kabul edilmektedir. Kavram son yıllarda hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar tarafından artan oranda ilgi görmüştür. Literatürde, müşterinin kalite algısı, hizmet kalitesi üzerine tamamlanan çalışmalarda ana odak noktası olmuştur (Sinha ve Diğ., 2013). Literatürde pek çok çalışma hizmet kalitesinin mevcut müşterilerin elde tutulmasını ve yenilerinin kazanılmasını sağlarken, olumlu bir imaj inşa edilmesine de katkıda bulunduğunu göstermektedir. Hizmetlerin dört ayırt edici özelliği olarak

soyut olmaları, heterojenlik, ürünler gibi stoklanmalarının imkânsız olması ve üretim-tüketim noktalarının aynı olması kabul edilmiştir (Ladhari, 2009). Hizmet sektöründeki somut unsurlar tesisler, ekipmanlar veya araçlardan ibaret olduğundan, hizmetlere yönelik değerlendirme yer yer sınırlı kalabilmektedir (Jain & Gupta, 2004; Ocampo ve Diğ., 2017). Bu bağlamda hizmetlerde kalite olgusunun değerlendirilmesi daha zordur. Hizmetin doğası gereği satıştan önce incelenememesi ve soyut doğası gereği yapılacak farklı testlerde alınacak farklı sonuçlar, hizmet kalitesinin kişi, yer ve zaman unsurları bağlamında göreliliğini arttırmaktadır.

Hizmet kalitesinin ana kavramsallaştırması üç ana çalışmaya dayanmaktadır. Bunlar; fiziksel, etkileşim ve şirket kalitesi ile süreç ile çıktı kalitesine odaklanan Lehtinen ve Lehtinen (1991); söz konusu unsurlara şirket imajında eklenmesini öneren Grönroos (1982) ve nihayetinde yoğunlukla kullanılan Parasuraman ve Diğ., (1985)'dir. Bu ölçekler arasındaki temel farklılık ve/veya bağlantılılık fonksiyonellik, tekniklik ve algılanan imaj kavramlarıdır (Kang ve James, 2004). Hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik ise üç ana olgu içerisinde incelemek olasıdır: Parasuraman ve arkadaşları (1985), SERVQUAL modelini beklentiler temelinde hizmet kalitesine yönelmişlerdir. Belirli hizmet kategorileri bağlamında gerçekleştirilen çalışma neticesinde bütün hizmet alanlarına adapte edilebilecek on boyut belirlemişlerdir. Bunlar; ulaşılabilirlik, iletişim, yeterlilik, nezaket, itibar, güvenilirlik, heveslilik, güvenlik, somut unsurlar, müşteriye tanımak olarak sıralanmıştır. İkinci olarak Cronin ve Tayloer (1992) tarafından önerilen Servperf modeli, Servqual ölçeğindeki unsurları içeren ancak tek boyutluluğu öneren bir ölçektir. Ancak daha sonar yapılan bazı çalışmalarda ServPerf ve ServQual Ölçeklerinin karşılaştırıldığı ve geçerliliğinin tespitine yönelik uyuma sorunu tespit eden çalışmaların yanında (Angur ve Diğ., 1999), ServPerf ölçeğini çok boyutlu belirleyen çalışmalarda bulunmaktadır (Zhou, 2004). Son olarak ServQual ve benzeri ölçekler kapsamında değerlendirilebilecek ServpVal, hizmet çalışanlarının servis değerlendirme metodu olarak kişisel değerler seviyesinde servis seçimi ve kullanımına etkisi araştırılmıştır (Lages ve Fernandes, 2005). Bunların yanı sıra perspektif olarak değerlendirilebilecek endüstriyel alandaki hizmet kalitesine odaklanan IndServ (Gounaris, 2005) ve İnsanilik boyutunun dikkate alındığı bazı kavramsallaştırmalar da bulunmaktadır (Sureshchander, ve Diğ., 2010).

Literatürde günümüze dek SERVQUAL ile birlikte gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde balans skor kart (Dinçer, Yüksel ve Martinez, 2019), TOPSIS (Awasthi, 2011; Ocampo ve Diğ., 2019), PLS (Barroso, Carrión ve Roldán, 2010), SERVPERF gibi ilişkili ölçekler (Rodrigues ve Diğ., 2011; Adil, Al Ghaswyneh, Albkour, 2013), kalite fonksiyon dağılımı (QFD) (Sinha ve Diğ., 2013), çok kriterli karar alma yöntemleri (Altıntaş, Dereli ve Yılmaz, 2012) gibi çok farklı konularda bağlantılar ve ilişkili çalışmalar gözlemlenmiştir. Ölçeğin kullanıldığı alan kapsamı incelendiğinde ise, sağlık hizmetlerindeki kalite algısı başta olmak üzere (Al-Borie ve Diğ., 2013; Babakus & Mangold, 1992; Butt & Run, 2010), kamudaki hizmet kalitesi algısının ölçümüne yönelik çalışmalar (Bryslan & Curry, 2001; Wisniewski, 2001), teknolojiye gelişmelerle birlikte giderek ön plana çıkan online hizmet kalitesi (e-SERVQUAL) üzerine çalışmalar (Van Iwaarden ve Diğ., 2003; Raza ve Diğ., 2020), ticari bankalar üzerine gerçekleştirilen çalışmalar (Bose & Gupta, 2013), eğitimdeki kalite algısının ölçülmesine yönelik çalışmalar (Yousapronpaiboon, 2014; Tan & Kek, 2004), turizm sektörü (Marinković ve Diğ., 2013), lojistik sektörü (Roslan, Wahab ve Abdullah, 2015), perakende satış sektörü (Naik, Gantasala ve Prabhakar, 2010), havayolu hizmet kalitesi (Chou ve Diğ., 2011; Pakdil & Aydın, 2007) ve ilginç bir çalışma alanı olarak bilimsel konferansların kalite modellemesi (Martins ve Diğ., 2010; Stevic ve Diğ., 2019) üzerine çalışmalar gözlemlenmektedir.

SERVQUAL ile bağlantılı literatürde gerçekleştirilen bibliyometrik çalışmalar incelendiğinde ise ilk olarak doğrudan hizmet kalitesi üzerine bibliyometrik çalışmalar gerçekleştiren bazı çalışmalar gözlemlenmiştir (Junior ve Diğ., 2013; Pereira ve Di., 2011). Bunun yanı sıra spesifik olarak sağlıkta hizmet kalitesine (Valencia-Aria ve Diğ., 2018) ve hizmet kalitesi özelliklerine ilişkin (Lotko ve Diğ., 2018) bibliyometrik çalışmalar da bulunmaktadır. Yine, bağlantılı bir konu olarak müşteri tatmini ve sadakat (Sobrinho ve Gonçalves, 2019), toplam kalite yönetimi (Zhang

ve Diğ., 2020; Lee ve Hew, 2018), altı sigma (Niñerola, 2019), hizmetleştirme (Pilkington ve Diğ., 2017; Martin-Pena ve Diğ., 2017) ve müşteri tatmini ve hizmet kalitesinin birlikte incelendiği bibliyometrik analizler de mevcuttur (Yas ve Diğ., 2020). Doğal olarak doğrudan hizmet araştırmalarına ilişkin (Tan ve Diğ., 2010; Chuan ve Goudarzlou, 2010) olduğu kadar hizmet inovasyonu (Zhu ve Guan, 2013; Sakata ve Diğ., 2013; Klarin, 2019), self-servis (Shin ve Perdeu, 2019), hizmet tedarik zinciri (Nagariya ve Diğ., 2020), hizmet başarısızlığı (Fouroudi ve Diğ., 2020), yeni hizmet geliştirme (Mendes ve Diğ., 2016) gibi hizmet kalitesi ile yakından ilgili spesifik hizmet alt konular ile hizmetin uygulama alanlarında olan turizm (Köseoğlu ve Diğ., 2016; Nusair ve Diğ., 2019; Garrigos-Simon ve Diğ., 2019), müşteri hizmetleri (Ensslin ve Diğ., 2015), lojistik hizmetleri (Zhidebekkyzy ve Diğ., 2020) ilişkin bazı bibliyometrik analizlerde görülmektedir.

Çalışmanın ana konusu, hizmet kalitesi konsepti ve SERVQUAL ölçeğinin alandaki tanınma, gelişme ve genişleme, yaygınlaşma dönemlerinde araştırmacılar tarafından hangi çerçevede kullanıldığının, zaman içerisinde hangi ana veya yan alanlarla birleştiğinin ve bunun ötesinde kendi teorik kurumsal yapısının bileşenlerinin anlaşılmasıdır. Çalışma bu anlamda konu hakkında gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalara oldukça önemli bir yol gösterici rolü oynayacaktır ki bu durum bibliyometrik çalışmaların temel hedeflerinden biridir. Bu bağlamda hizmet kalitesi ve SERVQUAL alanında yazılmış olan SSCI makalelerinin kelime bazlı yansımalarını ve genel profilini çıkarmaktır. Çalışma, bibliyometrik analiz yönteminin gereği ve içeriği olarak zamansal karşılaştırmaları göstermektedir. Bu kapsamda incelenen araştırma soruları şunlardır:

- İlgili alanda zaman bağlamı ana temalar nelerdir ?
- İlgili alanda ana temaların bağlantılı olduğu alt-temalar nelerdir ?
- İlgili alanda zaman içerisinde konu/tema dönüşümü nasıl gerçekleşmiştir?
- İlgili alandaki atıf ağırlığının hangi dergilerin etkisi daha yüksektir?
- İlgili alanda hangi araştırmacılar ön plandadır?

Bu bağlamda öncelikle konuya ilişkin ana literatür incelemesi yapılmış daha sonar bibliyometrik analiz yöntemi ile yukarıda belirtilen araştırma soruları incelenmiş ve raporlandırılmıştır. Çalışmada SERVQUAL ölçeğinin seçilmesinin nedeni teorik ve pratik hayatta hizmet endüstrisinde müşteri odaklılığın ve rekabetin önemli bir araç olmasıdır. Neredeyse hizmet değerlendirmelerine ilişkin ikonik bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır; kendine özgü olduğu ve akademik alana sahiptir. Dolayısıyla, pazarlama üst alanının içerisinde yer alan bu önemli alanın akademik yayımlardaki gelişiminin ve değişiminin gözlemlenmesi, değerlendirilmesi geleceğe yönelik araştırma sorunsallarının rasyonel ve doğru kavramlarla eşleştirilmesine imkân tanımaktadır. Bir teorik alanın kurumsallaşmasının öncüllerinden biri eylemler ve odak konulardır. Alan bilgisi bağlamında konunun varlık sebebi sorgulanabilir; ana ve yan unsurlar belirlenebilir (Papadouris ve Constantinou, 2017). Aynı zamanda konuya ilişkin akademik eğitimin içeriği de uyumlaştırılabilir ve geliştirilebilir; böylece pedagojik bilgi üretme olasılığı da artacaktır (Gess-Newsome, 1999).

2.2. Servqual Ölçeği

Hizmet kalitesi konusunda tüketiciler kalite gereksinimlerini ifade etmekte güçlük çektiğinden, hizmet sağlayıcılar da bunu tanımlama ve ölçmede zorluk yaşamaktadırlar (Souca, 2011). Hizmet kalitesinin ölçümü amacıyla orijinal olarak Parasuraman ve arkadaşları tarafından geliştirilen "SERVQUAL" ölçeği (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1985; Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988) beş boyutu temsil eden 22 maddeden oluşmaktadır. Orijinal ölçek zaman içinde geliştirilmiş ve çeşitli değişimler yaşamıştır. Ölçek, hizmet kalitesi ile ilgili müşterilerin hizmet kalitesi değerlendirmesinin çok önemli olduğunu belirten dış (external) bakış açısına dayanmaktadır. Ölçekteki ilk değişiklik olumsuz ifadeye sahip maddelerin, olumlu onaylamaya

dönüştürülmesi olmuştur. Ölçeğin 1988 versiyonu katılımcıların normatif beklentilerini ortaya çıkarmaya yönelikken yeni ifadeler müşterinin "mükemmel bir hizmet şirketlerinden" ne beklemesi gerektiğine odaklanmıştır (Souca, 2011). İlk olarak 10 farklı boyutta belirlenen SERVQUAL ölçeği, daha sonra yazar tarafından beş temel boyuta indirgenmiştir. Bu boyutlar somut unsurlar, güvenilirlik, sorumluluk, güvence ve empati olarak belirlenmiştir (Ladhari, 2009). Hizmet kalitesi ölçeklerinde kullanılan çeşitli kalite özelliklerinin önemi, farklı hizmet türleri ve hizmet müşterileri arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Örneğin güvenlik, banka müşterileri için kalitenin temel belirleyicisi olabilirken, bir güzellik salonunun müşterileri için pek bir şey ifade etmeyebilir. Bu bağlamda hizmet kalitesi özelliklerinin farklı sektörlerde farklı ağırlıklarda önemli olması beklenmediğinden, hizmet kalitesi ölçüm ölçeklerine önem ağırlıklarının dâhil edilmesi önerilmiştir (Jain & Gupta, 2004).

SERVQUAL ölçeği hizmet sektörünün çok değişik alanlarında bir ölçüm aracı olarak kullanılagelmıştır. Ölçeğin geliştirildiği ilk dönemde daha çok ölçeği teorik olarak olgunlaştırma ve temellendirmeye yönelik çalışmaların (Asubonteng ve Diğ.1996; Buttle, 1996; Babakus ve Boller, 1992) varlığı görülmektedir. Daha sonraki yıllar itibariyle sistemleştiği düşünülen ölçeğin farklı kullanımlarına yönelik araştırmaların arttığı görülmektedir. Özelliği gereği hizmet sektörünün değişik alanları olarak IT hizmetleri (Kang ve Bradley, 2002; Jiang ve Diğ., 2000) , sağlık (Dean, 1999), konaklama (Lam, 1997) gibi uygulamaların yer almasının yanında; ölçeğin tekrar gözden geçirilmesi ve kritik edilmesine yönelik bir dönem eşlik etmektedir (Coulthard, 2004). Yine bu dönemlerde ölçeği destekleyen veya alternatif olabilecek ölçekleri varlığı sorgulanmış ve önerilmiştir (Jain ve Gupta, 2004). Bu açıdan bakıldığında ölçeği geliştirme ve genişletme çalışmaları hem alt-alanlar; hem de diğer benzer teorik alanlarla olan etkileşim şeklinde de gerçekleşmiştir. Bu etkileşimler belki de beklediği üzere kalite sistemleri (Sahney ve Diğ., 2004), müşteri tatmini (Ravichandran ve Diğ., 2010; Souca, 2011) üzerinde gerçekleştirilmiştir. Son dönemlerde ise Ladhari (2009) yaptığı gibi geçmiş çalışmaların genel bir görünümünü vermeye yönelik çalışmalar söz konusudur. SERVQUAL ölçeği bu anlamda düşünüldüğünde hizmet kalitesi olgusunun ve teorisinin neredeyse eş kavramı ve/veya güçlü bir bileşenidir (Midor ve Kucera, 2018). Hatta hizmet kalitesini gerek SERVQUAL ve diğer modellerle birlikte incelenmektedir(Rahman ve Diğ., 2012) ve yeni ölçüm metodolojileri ile birleştirilmekte veya değerlendirilmektedir(Prentkovskis ve Diğ., 2018). Mevcut çalışmanın temel odak noktası hizmet kalitesinin önemli bir bileşini ve/veya eş kavramı olarak kullanılabilecek Servqual ölçeğinin teorik dönüşümünün ana temalar bağlamında incelenmesidir. Böylelikle daha özel bir alanın gelişimi incelenmiş olacaktır.

3. METODOLOJİ

3.1. Yöntem

Bir akademik alanın gelişiminin gerçekleştirilen çalışma, yazar ve alıntılar bağlamında incelenmesi, bu alanın gelecekte yaşayabileceği dönüşümleri ve pratik hayata olası yansımalarını anlamak bağlamında büyük önem taşımaktadır. Yine söz konusu alanın iç dinamiklerini yansıtan alt temalardaki değişimin izlenmesi de, alandaki temel paradigma değişiminin takibine de katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, hizmet kalitesinde gelecekte yaşanacak gelişmelerin tahmininde ve mevcut ölçeklerin yeni kullanım alanları kazanmasında, geçmiş çalışmaların ne yöne doğru evrildiğinin anlaşılması bağlamında mevcut literatürün incelenmesi önem taşımaktadır. Çalışmanın temel amacı hizmet kalitesi ve/veya SERVQUAL bağlamında ilgili konunun gelişiminde hangi ana ve alt konuların var olduğunu ve geliştiğini bibliyometrik analiz yöntemi ile belirlemektir. Bu kapsamda literatürdeki değişimin incelenmesi amacıyla 1980'den günümüze kadarki literatürün gelişimi üç farklı periyotta incelenmiştir. Bu noktada bibliyometrik analiz yardımıyla eş-kelimelerden hareketle ilgili kavramın ana ve alt temalarının tespiti ile bu ana temaların ağ üyelerinin bulunması diğer bir amaçtır. Çalışmada kelimelerin örtüşme korelasyonlarına dayalı eş-kelime analizi tercih edilmiştir (Hu ve Diğ., 2013).

Bibliyometrik analizler, unsurların veya olguların belirli perspektifler temelinde karşılıklı ilişkileri bağlamında incelenmesine (Ahlgren & Colliander, 2009) ve bu bağlamda tematik bir ağ kurgulanmasına odaklanmaktadır (Martinez & Diğ., 2015). Bu açıdan bakıldığında özünde bir içerik analizi uygulaması yer almaktadır (Munoz-Levia ve Diğ., 2012). Böylelikle bu temalara dayalı kümelemeler gerçekleştirilmektedir (Khasseh ve Diğ., 2017). İlgili alanın haritalanması önemli bir perspektif sunarken (Neufeld, Dong ve Higgins, 2007), aynı zamanda belirli bir alana yönelik periyodik çerçeve (Serenko ve Diğ. 2010; Elango, Rajendran ve Bornmann, 2016) ve alt-alan gelişimi hakkında bilgiler sunar (Waila, Singh ve Singh, 2016).

Bu kapsamda çalışmada Web of Science veri tabanında endekslenen makaleler incelenmiştir. İncelemede “Service quality” veya “SERVQUAL” başlığına sahip olan 3505 adet akademik makale tespit edilmiştir. İncelenen çalışmaların tarih aralığı 1980-2020’dir. Analiz eş-kelime (co-word) yöntemi ile kullanıcılara çeşitli bibliyometrik ağ tasarımları aracılığıyla analizler yapma olanağı sağlayan ve araştırma alanındaki farklı temalar hakkında bilgi sağlayıp literatürdeki gelişmelerin analizine olanak sağlayan SciMAT yazılımı ile gerçekleştirilmiştir (Cobo ve Diğ., 2012). Veriler yalnızca Web of Science veri tabanında indekslenen çalışmalardan ve başlığında “service quality” ve/veya “servqual” kelimesi tam olarak geçen makalelerden toplanmıştır. Eş kelime (co-word) analizi, verileri sınıflamaya ve haritalandırmaya dayanan bir bibliyometrik analiz yöntemidir ve haritalama metodolojisi (Assefa & Rorissa, 2013) bağlamında kullanılır. Çalışmada Servqual alanında gerçekleştirilen çalışmaların başlıklarında kullanılan kelime ve kelime gruplarının sınıflandırılması ile konunun dönemsel olarak gelişimi değerlendirilmiştir. Kümeleme sisteminde basit merkezilik algoritması kullanılmıştır ve h-index ve toplam atıf değerleri tercih edilmiştir (Hirsch, 2005). Değerlendirmenin temel mantığı, kümeler arasında güçlü etkileşimleri ifade eden yüksek merkezilik derecesinin varlığıdır (Ding, Chowdhury ve Foo, 2001; Taşkın & Aydınoglu, 2015) ve bu açıdan temalar arasındaki ilişkiler belirlenerek (An & Wu, 2011) eş-oluşum matrisi oluşturulur (Leydesdorff & Vaughan, 2006).

3.2. Süreç

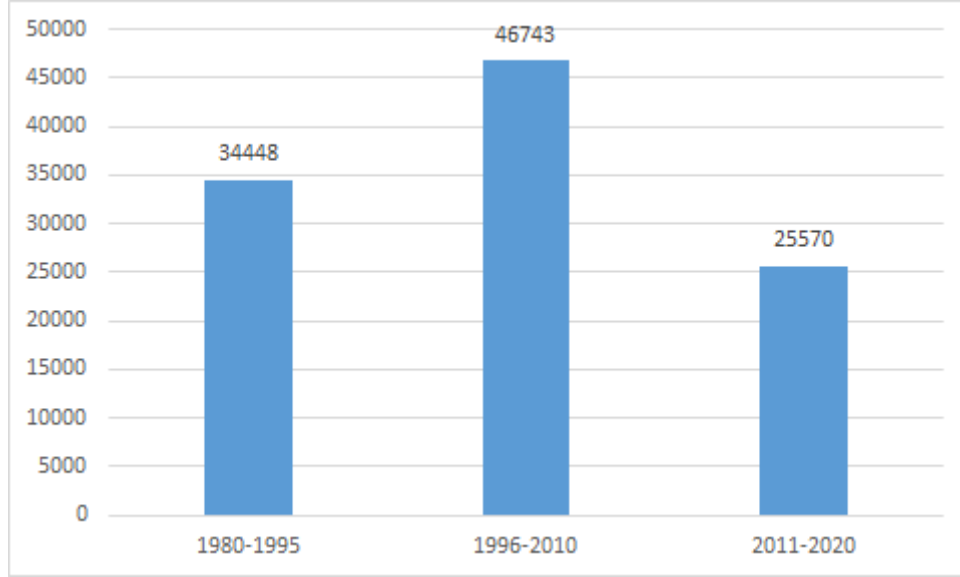
Bibliyometrik analiz süreci; (1) araştırma temalarının belirlenmesi ve tespiti, (2) araştırma temalarının görselleştirilmesi ve tematik ağların oluşturulması, (3) tematik alanların keşfedilmesi ve (4) analizin gerçekleştirilmesi bağlamında izlenmiştir (Herrera-Viedma ve Diğ., 2020). İlk olarak belirlenen çalışmalara ilişkin dökümanlar SciMAT yazılımına girilerek, ön-işleme, normalleştirme ve sınıflandırılma süreçlerine tabi tutularak bibliyometrik ağ bulunmuştur. Normalleştirme eşitlik indeksi ile sağlanmış ve haritalamada basit merkezi algoritma kullanılmıştır. Temaların ağ üyeleri ilse eş-birlikteliğe göre zaman periyodu kapsamında sağlanmış. Stratejik diyagramın hücrel alanlarına göre temalar ve üyeler tespit edilmiştir. Kelimelerin belgedeki sıklıklarına kelimeler bir ortak kelime ağı bağlamında tasarlanmıştır. Böylelikle aralarındaki mesafe belirlenmiştir (Li ve Diğ., 2020). Eş-kelime analizinde kelimelerdeki kısaltmalar, kelime yanlışlıkları ve anlam olarak birbirine yakın olanlar ana tema grubunda toplanmıştır.

3.3. Ön-Bulgular

Makalelerin alan dağılımları incelendiğinde ön plana çıkan alanlar olarak %41 ile İşletme ve Yönetim alanı ve %15 ile Turizm, Ekonomi ve Sosyal Bilimler alanı gözlemlenmiştir. Diğer yayınların ise yirmi farklı alana dağıldığı görülmektedir. Makalelerin yayınlandığı dil dağılımına bakıldığında ise tüm çalışmaların % 96’sı İngilizce, %1,47 İspanyolca, %0.61’i Portekizce, %0.45 Türkçe ve %0.26’sı Almancadır. Geri kalan on üç ayrı dilde yayınlanan makalelerin oranı ise yalnızca %1’dir.

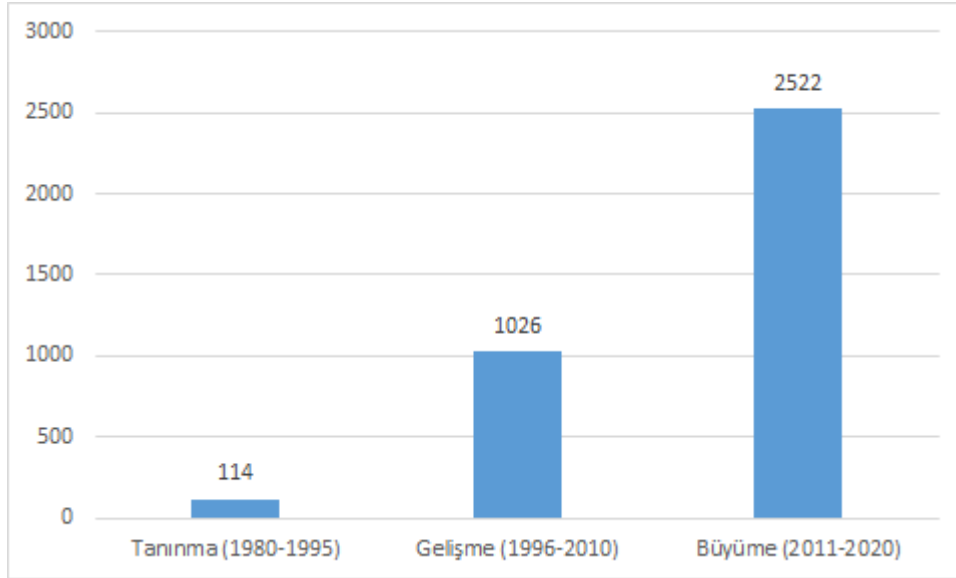
Bunun yanı sıra, atıf sayısı en yüksek ilk 383 makale, toplam makale sayısının (3730) yalnızca %10’unu teşkil etmesine rağmen, toplam atıfların (10761) %75’i bu çalışmalara yapılmıştır. Yıl bazında bir analiz gerçekleştirildiğinde ise, hizmet kalitesi/SERVQUAL başlıklı makalelere yıl bazında verilen atıf sayıları şu şekilde gerçekleşmiştir (Bkz. Şekil 1): Kavramın gelişiminin gerçekleştiği 1980-1995 yılındaki makalelere 34448 atıf yapılmıştır. Bu dönemdeki yayınlar ilgili

kavram ve ölçeğe temel olması ve sonraki çalışmalara temel kaynak görevi görmesi bağlamında, sayıca az olmalarına karşın çokça atıf almaktadırlar. İkinci periyodu oluşturan 1996-2010 yılları için alınan atıf sayısı 46743 ve son periyot 2011-2020 aralığı için 25570 (2020 yılı için atıflar tam olarak hesaplanmadığı için bu rakam artacaktır) atıf bulunmaktadır. Çalışma alanındaki gelişmeye paralel olarak, son gerçekleştirilen çalışmalara yapılan atıfların, yerini yaklaşık 40 sene sonra yeni makalelere bıraktığı bağlamında bir sonucu düşündürmektedir. İlgili makalelere verilen atıflar en çok atıf alan makaleler bağlamında incelendiğinde, ilk 929 makale toplam atıfların %25'ini, 8355 makale ikinci %25'lik atıf oranını, 35704 makale üçüncü %25'lik atıf oranını, 45439 makalede dördüncü %25'lik dilimde atıf oranına sahiptir.



Şekil 1. Periyotlarda yer alan yayınlara yapılan toplam atıf dağılımı

Şekil 1’de ilgili yıllarda yayımlanan makalelere verilen toplam atıf sayıları sunulmuştur. Görüleceği üzere tanınma aşamasındaki (1980-1995) kaynaklar birçok çalışmada temel başvuru noktası teşkil etmeleri sebebiyle referans olarak gösterilmiştir. Bu açıdan makale sayısı sonraki periyotlara kıyasla az olmasına karşın, aldıkları atıf sayısı bu orandan daha yüksektir. Her bir periyoda ilişkin makale sayıları aşağıdaki Şekil 2’de incelenebilir.



Şekil 2. Periyotlarda yer alan yayın sayıları

Görüleceği üzere artış hızındaki azalmaya rağmen toplam yayın sayısı artmaya ve kavram literatürde gelişmeye devam etmektedir. Toplam yayın sayısındaki artışın 1996 yılından itibaren hızlandığı gözlemlenmektedir. Diğer yandan ilgili konuya ilişkin makale başlığında en az yirmi makale yayınlayan dergiler aşağıda Şekil 3.'te görülmektedir. Bu kapsamda temelde on üç derginin ilgili konuya odaklanmış bir yapıda olduğu söylenebilir.



Şekil 3. Döküman sayısına göre dergiler

Farklı çalışmalarda en çok atıf alan yazarlar inceleniğindde ise, en çok atıf alan yazarların Parasuraman A. 2806; Zeithaml VA 1287; Cronin JJ 1156; Grönroos C 1133; Fornell C 671; Brady MK 543; Hair J. F. 496; Bitner MJ 491; Carman JM 484; Babakus E 456; Oliver RL 455 olarak gerçekleştiği görülmüştür. Bibliyometrik analiz kapsamında dönemsel olarak gerçekleştirilecek haritalama ve ağ analizi, literatürde gerçekleştirilmiş çalışmalara ait eş kelimelerin bir araya getirildiği kümeler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya temel teşkil eden bu kümeler ve her birinin içerdiği döküman sayısı aşağıda Tablo 1.'de incelenebilir.

Tablo 1. Kümeleri oluşturan döküman sayıları

	Döküm an Sayısı		Döküm an Sayısı		Döküm an Sayısı
Ardıllar	212	Innovation	52	Özellikler	93
Bağlamsallık	57	İçkalite	35	Özyeterlik	28
Bakışaçısı	123	İletişim	49	Qfd	85
Beklentiler	441	İlişkişelhk	53	Refah	6
Belirleyiciler	135	İlkkademeçalışa n	112	Rekabet	80
Benimseme	56	İmaj	133	Rısk	38
Bilgi	284	İnsanfaktörü	55	Sadakat	592
Bilişselyapı	13	İşinyapısı	79	Sanallık	111
Boyutluluk	222	İşletmemantığı	78	Satınalmatercih	142
Cinsiyet	29	İşveişyeri	64	Segmentasyon	23
Çalışantatmini	20	İtibar	27	Selfservis	31
Çerçeve	93	Kamuyönetimi	247	Servperf	44
Dağıtım	17	Kanalyönetimi	29	Servqual	469
Değer	200	Kanomodel	51	Sistem	192
Değerlendirme	253	Kararalma	134	Skala	716
Dizaynetme	80	Karlılık	80	Somut	11
Duygusal	63	Karşılama	64	Strateji	77
Ecommerce	92	Karşılaştırma	51	Sürdürülebilirlik	69
Eğilimdavranış	610	Katılım	135	Şikayet	14
Eğitim	88	Kişilik	32	Talepyönetimi	37
Endüstri	208	Kullanıcıkabulü	170	Tecrübe	180
Etki	399	Kültür	90	Tedarikzinciri	62
Etkinlik	82	Liderlik	48	Teknoloji	111
Ev	10	Makroperforman s	127	Telafi	24
Fayda	29	Maliyet	68	Tepki	50
Finans	29	Marka	64	Tesis	24
Fiyat	97	Mediatingrolü	54	Toleransnokta	24
Fizikselortam	71	Mikroperforman s	608	Toplum	81
Fonksiyonelhk	14	Mobilhizmet	51	Tqm	35

Gapanalizisi	81	Moderatörrolü	52	Tutum	96
Geçerlilik	72	Motivation	40	Tüketici	127
Göstergeler	117	Mtölçüm	24	Ülkeler	583
Güven	228	Müşterialgısı	1347	Üniversiteyönetimi	68
Güvence	49	Müşteriilgilenimi	56	Ürün	103
Güvenilirlik	67	Müşterikaçışı	36	Ürüngrubu	1483
Hizmetçiktısı	78	Müşterikoruma	60	Vatandaş	16
Hizmetdağıtımı	68	Müşteritatmini	1811	Veriyönetimi	44
Hizmetdüzeyi	50	Müşteriyönelimli	387	Webkalitesi	270
Hizmetgeliştirmeye	63	Onlinesystem	155	Wom	83
Hizmetgenişletme	54	Ortam	73	Yapabilirlik	20
Hizmetiklimi	56	Ölçümmodeli	1495	Yaş	43
Hizmetseçimi	44	Öncüller	239	Yetkinlik	23
Hizmetryönelimli	1863	Örgütyapısı	114	Yönetimmantığı	280

3.4. Temel Bulgular

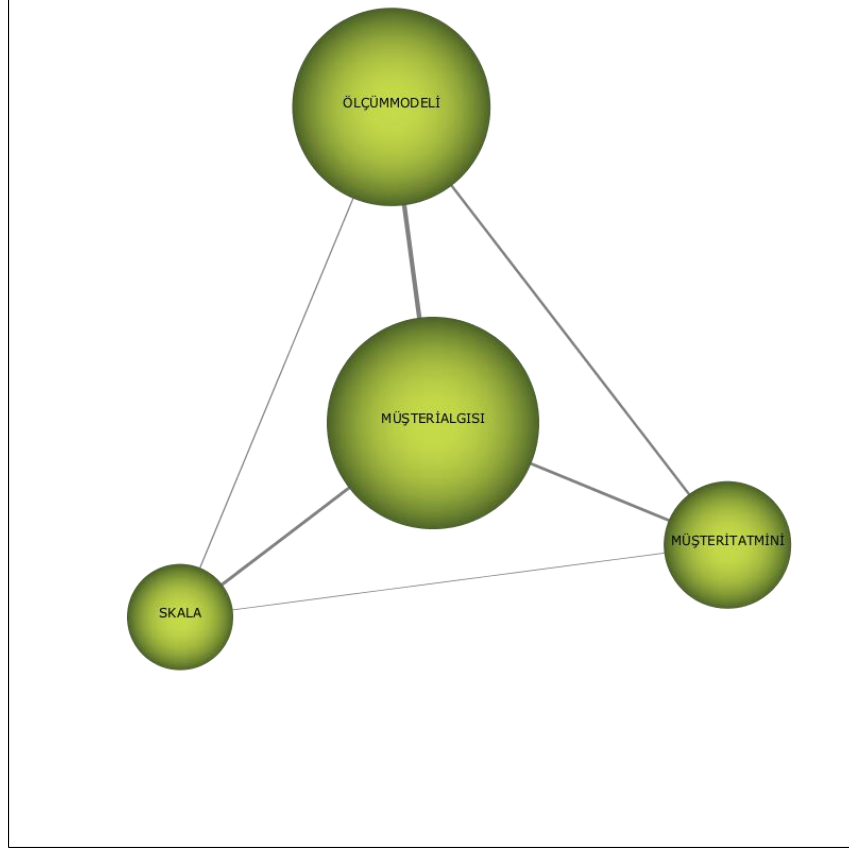
3.4.1 Birinci Periyot: 1980-1995 (Tanışma)

Birinci periyotta müşteri algısı ve hizmet genişletme ana temalar olarak yer alırken, mikro performans bağlamı konular ise gelişmekte olan kavram olarak belirginleşmiştir. Birinci periyot hizmet kalitesi/SERVQUAL kavramının literatürdeki bilinirliği açısından ilk dönem olarak ele alındığında, az sayıda ana temanın çıkması beklenen bir sonuçtur. Hizmet kalitesinin doğal olarak bir müşterinin algılarına dayandığı göz önüne alınacak olursa, hizmet genişletme kavramının bağlantılı bir yapıda sürükleyici unsur olarak öne çıktığı gözlemlenmiştir. Mikro performans teması ise bu dönemde, literatürde yeni ortaya çıkan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Her bir periyot alandaki genel dönüşümün gözlemlenmesi açısından, ilgili periyottaki toplam atıf sayılarının **merkezi** (centrality) ve **yoğunluk** (density) eksenleri bağlamında değerlendirmesi ile incelenmiştir.



Şekil 4. 1.Periyot:1980-1995 (Tanışma): İkincil-dökümanlar toplam atıfa göre

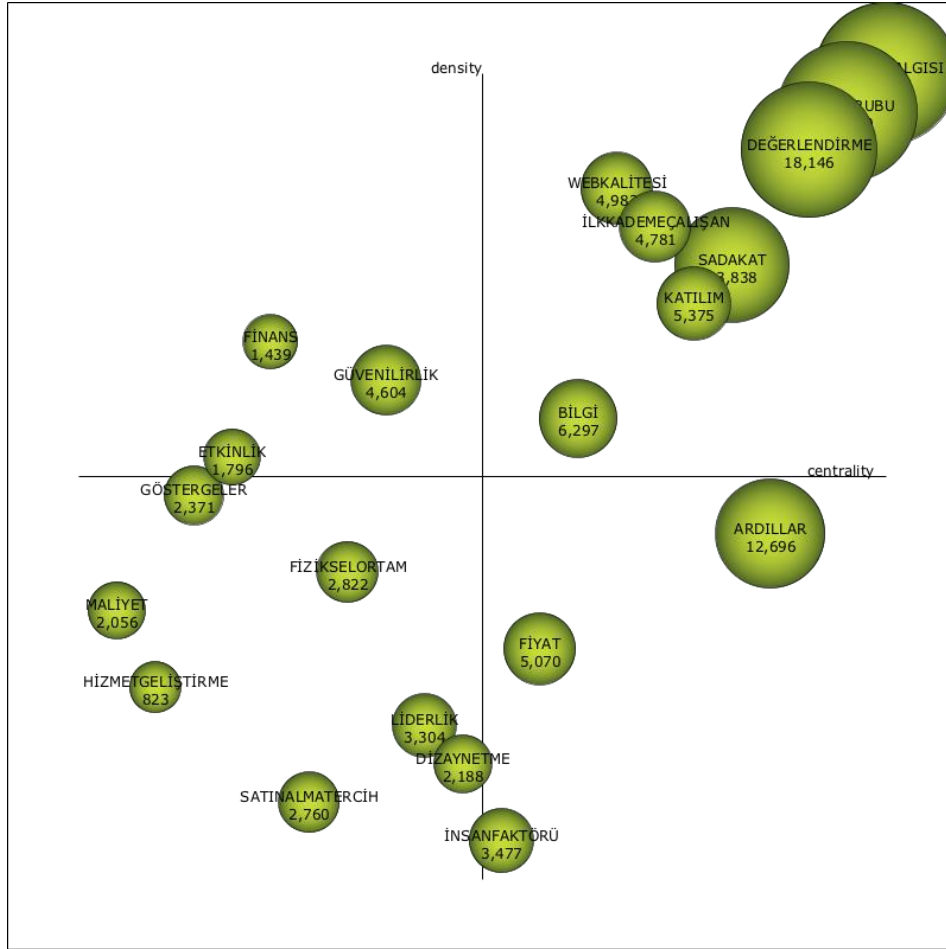
En etkili sürükleyici olarak belirginleşen müşteri algısının ağ modelinde ise ölçüm skalası, ölçüm modeli ve müşteri tatmini kavramları ile etkileşimi gözlemlenmiştir. Söz konusu bulgu ilk dönemde hizmet kalitesi kavramını sürükleyen müşteri algısının temelde ölçüm ve tatmine odaklı olmasından ötürü tutarlı ve pratik hayatta karşılığı olan bir gözlemdir. Müşteri algısı bağlamında SERVQUAL ölçeğinin farklı ölçeklerle kıyaslandığı çalışmalar (Cronin & Taylor, 1994), doğrudan belirli sektörlerdeki hizmet kalitesi algısının ölçülmesine yönelik çalışmalar (Reidenbach ve Diğ., 1990; Bojanic & Rosen, 1994) ve tüketicilerin durumsal modlarına yönelik çalışmalar (Chebat ve Diğ., 1995) gözlemlenmiştir. Aşağıda Şekil 5'te birinci periyotta yer alan kümelerin oluşturduğu ağ yapısı, sonraki periyotlarda gerçekleştirilen ağ analizinin ne yapıda olduğunun anlaşılması anlamında örnek olarak sunulmuştur.



Şekil 5. Periyotta yer alan temaların ağ üyeleri

3.4.2 İkinci Periyot: 1996-2010 (Gelişme)

İkinci periyot, hizmet kalitesi kavramı ve bağlantılı ölçeğin yıllar içinde bilinirliğinin artması ve farklı çalışmalarda kullanılması ile daha fazla sayıda ama temayı içermektedir. Motor veya sürükleyici temalar müşteri algısı, değerlendirme, ilk kademe hizmet çalışanları, sadakat, katılım, bilgi ve ürün grubudur. Finans ve güvenilirlik tali kavramlar iken; ardıllar, fiyat ve insan faktörü yatay gelişen alanlar olarak gözlemlenmiştir. Göstergeler, fiziksel ortam, maliyet ve hizmet geliştirme, liderlik, dizayn ve satın alma tercihleri ise gelişmekte olan kavramlar olarak yer almıştır. Literatürde bu periyotta öne çıkan unsurlara ilişkin çalışmalar incelendiğinde müşteri algısı bağlamında e-hizmet kalitesi (Zang & Yun, 2002), hizmet kalitesi boyutları (Kang & James, 2004) ve hizmet ortamı (Baker & Cameron, 1996) gibi çalışmalar gözlemlenmektedir. Değerlendirme kümesi bağlamında ise tüketici tatmini (Greenland, Coshall ve Combe, 2006) ve değerlendirme faktörlerine (Costa ve Diğ., 2004) yönelik çalışmalar bulunmaktadır.

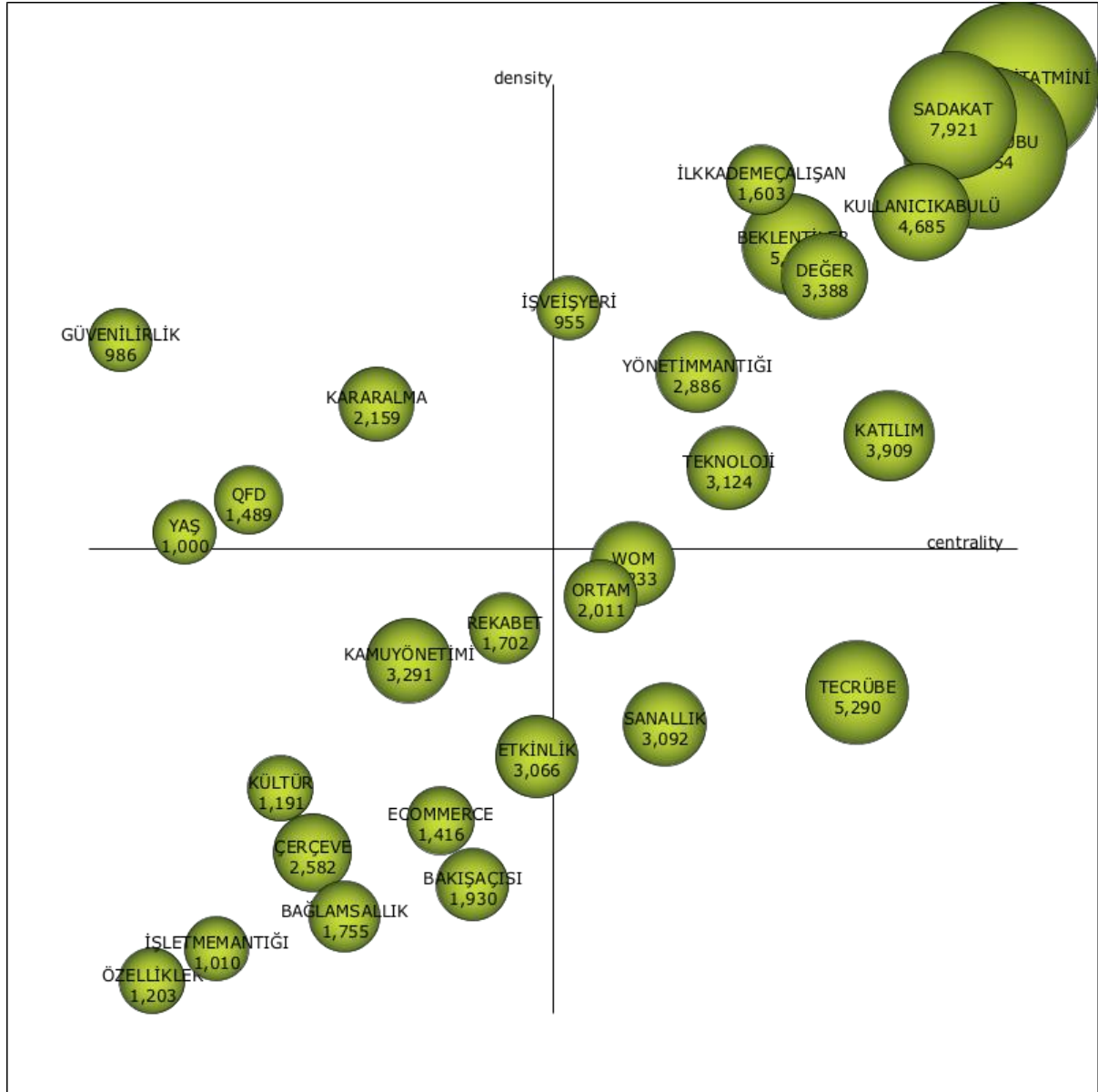


Şekil 6. 2.periyot: Gelişme (1996-2010): İkincil dökümanlardaki toplam atıflara göre

İkinci periyotta belirginleşen unsurların oluşturduğu ağ modelleri incelendiğinde, birinci periyotta da yer alan müşteri algısını kümesi, ölçüm modeli, beklentiler ve müşteri tatmini öğeleriyle ağ oluşturmaktadır. Bu periyoda özgü yeni sürükleyici tema olan ürün grubu ana tema olarak belirginleşmiştir ve müşteri-hizmet yönelimlilik ile ülkelere yönelik ölçümler yer almaktadır. Değerlendirme ana temasının ağ üyeleri ise skala, servqual ve müşteri karşılaştırmalarıdır. Yine bu periyodun ana teması olan sadakat teması ise etki, eğilim/davranış ve değer yaratma ile bağlantılı bir yapıda gözlemlenmiştir. Web kalitesi temasının ağ üyeleri ise ön görülebileceği üzere online sistem, e-ticaret ve teknoloji alt temalarıdır. İlk kademe hizmet çalışanları teması ise yönetim mantığı, örgüt yapısı ve hizmet iklimi ile işlerlik kazanmıştır.

4.3. Üçüncü Periyot: 2011-2020 (Büyüme)

Üçüncü periyotta ise müşteri tatmini, sadakat, ürün grubu, kullanıcı kabulü, ilk kademe çalışan, beklentiler, değer, yönetim mantığı, katılım, teknoloji ve iş/işyeri kavramları sürükleyici kavramlar olarak belirginleşmiştir. Güvenilirlik, karar alma, QFD ve yaş kavramları tali kavramlar; WOM, ortam, tecrübe ve sanallık yatay gelişimli temalar olarak gözlemlenmiştir. Rekabet, kamu yönetimi, kültür, etkinlik, e-ticaret, bağlamsallık, çerçeve, bakış açısı, işletme mantığı ve özellikler ise yeni beliren kavramlardır. Döneme ilişkin kavram ve gruplar detaylı olarak aşağıda Şekil 7'de incelenebilir.



Şekil 7. 3.periyot: 2011-2020 (Büyüme) İkincil-dökümanlar toplam atıfa göre

Üçüncü periyotta ana temalardan biri müşteri tatminidir. Bu ana tema daha önceki periyotlarda alt tema iken son dönemde ana tema haline gelmiş ve hizmet yönelimlilik, müşteri algısı ve ölçüm modeli ile üyelik üretmiştir. Sadakat ana teması ise güven, etki ve eğilim/davranış ile üyelik üretmektedir. Bir önceki periyotta alt-tema olarak güven olgusu ağ üyesi olarak belirmiştir. Ürün grubu ana teması ise ülkesel ölçüm, skala ve mikro performans ile ağ üyeliği geliştirmektedir. Kullanıcı kabulü bu aşamada ortaya çıkan sürükleyici temalardan biridir. Daha önce ana tema olan web kalitesi bu aşamada kullanıcı kabulü ana temasının bilgi ve benimseme alt-temaları ile ortak ağ oluşturmaktadır. Yine önceki periyotta yer alan ilk kademe hizmet çalışanları ana temasını hizmet iklimi, işin yapısı ve bir önceki periyotta olmayıp ana temaya bu aşamada ağ üyesi olarak giren örgüt yapısı yer almaktadır. İkinci periyotta sadakat ana temasının alt teması (ağ üyesi) olan değer kavramı ise üçüncü periyotta marka, imaj ve fiyat ile ağ üyeliği oluşturmaktadır. Bu periyottaki öne çıkan ve sürükleyici rol oynayan çalışmalar incelendiğinde ise, perakende sektöründe tüketici tatmini (Naik ve Diğ., 2010), sağlık sektöründe memnuniyet (Peprah & Atarah, 2014; Al-Borie & Damanhour, 2013; Chakraborty & Majumdar, 2011), online sadakat (Raza ve Diğ., 2020), bankacılık sektörü (Albarq, 2013; Alnaser, Ghani ve Rahi, 2017)

ve online hizmet bağlamında teknoloji kabulü (Elmorshidy, 2013; Rahi & Abd Ghani, 2018) üzerine çalışmalar gözlemlenmiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Mevcut çalışmanın temel bakış noktası hizmet kalitesi/SERVQUAL kavramının zaman boyutu içerisinde hangi sürükleyici ve gelişmekte olan alt-alanlarını tespiti ve karşılaştırmaya yönelik bir literatür incelemesi gerçekleştirmektir. Bibliyometri yöntemi ve Scimat yazılımı kullanılarak yapılan incelemede üç periyot bağlamında (1980-1995; 1996-2010; 2011-2020) içerik analizi ile ana temalar belirlenmiş ve stratejik diyagramlara göre ilgili temaların pozisyonu ve ağ üyeleri tespit edilmiştir. İlgili alanın genel yapısına odaklanan çalışmanın arka planında olası bir teorik modellemeye konu olması hedefi vardır. İlgili literatüre dâhil olan akademik makaleler bağlamında, konuya ilişkin literatürün olgunlaşmaya başladığı önümüzdeki 10-15 senelik zaman periyodunda durağanlaştığı görülmektedir. Bu durum SERVQUAL kavramının yeni olası bir kavrama evrilmesine de öncülük edebileceği anlamına gelmektedir. Birinci periyot beklendiği üzere daha çok algı temasını sürükleyici olarak gösterse de, özellikle son periyotta iş ve eleman kavramlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Dolayısıyla hizmet kalitesinin stratejik bir yönetim alanı haline geleceği yorumu getirilebilir. Yine son dönem, literatürde baskınlığını hissettiren tüketici kabulünün ve teknolojinin önümüzdeki yıllarda ön planda olacağını göstermektedir.

SERVQUAL kavramının konu bazlı önem ve performans ölçütlerini sunan yoğunluk ve merkezilik matrisi bağlamında, temel olarak incelenmesi gereken, özellikle odaklanılması gereken, düşük öncelikli ve kaybolmaya yüz tutmuş alanlar olarak incelenmiştir (Kitchroen, 2004). Bu anlamda sadece performansa odaklanan SERVPERF ölçeğinin de dikkate alınması gerektiği literatürde belirtilmiştir (Cronin & Taylor, 1992; Seth ve Diğ., 2005). Geliştirilmiş bir hizmet modeli kapsamında literatürdeki modeller incelendiğinde özellik temellilik, teknik ve fonksiyonel kalite odaklılık, performans odaklılık, algılanan değer ve öncüller şeklinde ana temaların varlığını belirtmiştir. Yapılan çeşitli literatür taramalarında gösterge temelli analizler de söz konusudur (Lepmets ve Diğ., 2012). Diğer yandan, hizmet kalitesine yönelik elde edilen verilerini zaman ve bilgi odaklı takibine odaklanan (Asubonteng, McCleary ve Swan, 1996) ve boyutluluk temelinde oluşturulan (Roy ve Diğ., 2015) modeller de söz konusudur. Teknolojik gelişmenin tetikleme bağlamında hizmet kalitesinin bir yansıması olarak web sitelerine mevcut yapının eklenmesi çalışmaları da gerçekleştirilmiştir (Zeithaml, Parasuraman ve Malhotra, 2002). Bu bağlamda Rowley (2006), e-hizmet kalitesini kavramsallaştırırken, tüketicinin etkileşimine dayalı ve bilgi odaklı bir yapıya yönelmiştir. Yine kamusal alandaki yansımalarının incelendiği çalışmalar da (Rowley, 1998) mevcuttur. Hizmet kalitesini sadakat ile bağlayan bazı çalışmalarda sektörün de önemli olduğu belirtilmiştir (Bloemer, De Ruyter ve Wetzels, 1999), ki bu durum ürün grubuna bir atıf yapmaktır.

Değerlendirilmeye alınan üç periyoda ilişkin literatür dönüşümü incelendiğinde, ilk periyottan itibaren müşteri algısının hizmet kalitesinde temel belirleyici olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Müşteri tatmininin artırılmasında hizmet genişletmenin rolü düşünüldüğünde, ilk periyotta hizmet genişletme üzerine çalışma ve atıfların yoğunlukta olması bu öngörü ile örtüşmektedir. İkinci periyotta ise yıllar içinde hizmet sektöründeki tüketici odaklı dönüşüm göz önüne alındığında değerlendirme ve farklı hizmet grupları bağlamında bir gelişim gözlemlenmiştir. Artan rekabet ortamının bir sonucu olarak son periyotta ise sadakat üzerine çalışmalar sürükleyici rol oynamıştır. Gelişen teknoloji ve artan internet kullanımı, online hizmet sektörünü doğurmuş; bu bağlamda tüketicilerin online hizmet ve teknolojileri kabulüne ilişkin çalışmalar alana farklı bir ufuk kazandırmıştır. Rekabet ve teknoloji unsurları, tüketicileri her geçen yıl daha farklı ve eşsiz beklentilere yöneltmektedir, nitekim bu durum literatüre de yansımış ve son periyotta beklenti kümesi, çalışma alanında sürükleyici bir unsur olarak gözlemlenmiştir. İncelenen üç periyot arasındaki farklılık ve benzerlikler incelendiğinde, tüketicilerin hizmet kalitesi algıları ve pratik hayattaki yansımalarının alan literatürüne de yansıdığı açıkça görülmektedir. Bu kapsamda, belirtildiği üzere artan rekabet ve gelişen teknoloji hizmet kalitesinin yorumlanması, algılanması ve karşılaştırılması bağlamında tüketiciler arasında farklı yansımalar yarattığı gibi, beklenti ve

yorumlamaları da etkilemiştir. Yine üç periyot incelendiğinde beklendiği gibi geçmişten günümüze çalışma alanında giderek daha fazla alt ve bağlantılı alan ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Bu durum hizmet kalitesi literatürünün yıllar içinde temellenip farklı konu ve alanlara yayılmasının doğal bir sonucudur. Çalışmada üçüncü periyot diğer iki periyodun aksine 10 yıllık bir alanı kapsadığından, sonraki çalışmalarda alandaki dönüşümün ne yönde devam ettiği incelenebilir. Ayrıca, online hizmet sektörü dünya genelinde bir yönelim ve gelişen imkanlarla ağırlığını artırdığından, doğrudan bu alana yönelik bir bibliyometrik çalışma söz konusu çalışmaların ne yönde evrildiğine dair bilgiler sunacak, gelecekteki çalışmalara ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Al-Borie, H. M., & Damanhour, A. M. S. (2013). Patients' satisfaction of service quality in Saudi hospitals: a SERVQUAL analysis. *International journal of health care quality assurance*.
- Adil, M., Al Ghaswyneh, O. F. M., & Albakour, A. M. (2013). SERVQUAL and SERVPERF: A review of measures in services marketing research. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Ahlgren, P., & Colliander, C. (2009). Document–document similarity approaches and science mapping: Experimental comparison of five approaches. *Journal of informetrics*, 3(1), 49-63.
- Al-Borie, H. M., & Damanhour, A. M. S. (2013). Patients' satisfaction of service quality in Saudi hospitals: a SERVQUAL analysis. *International journal of health care quality assurance*.
- Albarq, A. N. (2013). Applying a SERVQUAL model to measure the impact of service quality on customer loyalty among local Saudi banks in Riyadh. *American Journal of Industrial and Business Management*, 3(08), 700.
- Alnaser, F., Ghani, M., & Rahi, S. (2017). The Impact of SERVQUAL Model and Subjective Norms on Customer's Satisfaction and Customer Loyalty in Islamic Banks: A Cultural Context. *Int J Econ Manag Sci*, 6(5), 455.
- Altıntaş, S., Dereli, T., & Yılmaz, M. K. (2012). Multi-criteria decision making methods based weighted SERVQUAL scales to measure perceived service quality in hospitals: A case study from Turkey. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(11-12), 1379-1395.
- An, X. Y., & Wu, Q. Q. (2011). Co-word analysis of the trends in stem cells field based on subject heading weighting. *Scientometrics*, 88(1), 133-144.
- Angur, M. G., Natarajan, R., & Jahera, J. S. (1999). Service quality in the banking industry: an assessment in a developing economy. *International journal of bank marketing*.
- Assefa, S. G., & Rorissa, A. (2013). A bibliometric mapping of the structure of STEM education using co-word analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(12), 2513-2536.
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E. (1996). SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services marketing*.
- Awasthi, A., Chauhan, S. S., Omrani, H., & Panahi, A. (2011). A hybrid approach based on SERVQUAL and fuzzy TOPSIS for evaluating transportation service quality. *Computers & Industrial Engineering*, 61(3), 637-646.
- Babakus, E., & Mangold, W. G. (1992). Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: an empirical investigation. *Health services research*, 26(6), 767.

- Baker, J., & Cameron, M. (1996). The effects of the service environment on affect and consumer perception of waiting time: An integrative review and research propositions. *Journal of the Academy of marketing Science*, 24(4), 338.
- Barroso, C., Carrión, G. C., & Roldán, J. L. (2010). Applying maximum likelihood and PLS on different sample sizes: studies on SERVQUAL model and employee behavior model. In *Handbook of partial least squares* (pp. 427-447). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Bhat, M. A. (2012). Tourism service quality: A dimension-specific assessment of SERVQUAL. *Global Business Review*, 13(2), 327-337.
- Bloemer, J., De Ruyter, K. O., & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European journal of marketing*.
- Bojanic, D. C., & Drew Rosen, L. (1994). Measuring service quality in restaurants: an application of the SERVQUAL instrument. *Hospitality Research Journal*, 18(1), 3-14.
- Bose, S., & Gupta, N. (2013). Customer perception of services based on the SERVQUAL dimensions: A study of Indian commercial banks. *Services Marketing Quarterly*, 34(1), 49-66.
- Bryslund, A., & Curry, A. (2001). Service improvements in public services using SERVQUAL. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Butt, M. M., & de Run, E. C. (2010). Private healthcare quality: applying a SERVQUAL model. *International journal of health care quality assurance*.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing*.
- Camgöz-Akdağ, H., Tarım, M., Lonial, S., & Yatkin, A. (2013). QFD application using SERVQUAL for private hospitals: a case study. *Leadership in Health Services*.
- Chebat, J. C., Filiatrault, P., Gelinas-Chebat, C., & Vaninsky, A. (1995). Impact of waiting attribution and consumer's mood on perceived quality. *Journal of business Research*, 34(3), 191-196.
- Chakraborty, R., & Majumdar, A. (2011). Measuring consumer satisfaction in health care sector: The applicability of servqual. *Researchers World*, 2(4), 149.
- Chou, C. C., Liu, L. J., Huang, S. F., Yih, J. M., & Han, T. C. (2011). An evaluation of airline service quality using the fuzzy weighted SERVQUAL method. *Applied Soft Computing*, 11(2), 2117-2128.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(8), 1609-1630.
- Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G., & Goudas, M. (2004). The factors for evaluating service quality in athletic camps: A case study. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 22-35. Kang, G. D., &
- Coulthard, L. J. M. (2004). A review and critique of research using SERVQUAL. *International Journal of Market Research*, 46(4), 479-497
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58(1), 125-131.

- Dean, A. M. (1999). The applicability of SERVQUAL in different health care environments. *Health Marketing Quarterly*, 16(3), 1-21.
- Dinçer, H., Yüksel, S., & Martinez, L. (2019). Analysis of balanced scorecard-based SERVQUAL criteria based on hesitant decision-making approaches. *Computers & Industrial Engineering*, 131, 1-12.
- Ding, Y., Chowdhury, G. G., & Foo, S. (2001). Bibliometric cartography of information retrieval research by using co-word analysis. *Information processing & management*, 37(6), 817-842.
- Elango, B., Rajendran, P., & Bornmann, L. (2016). A scientometric analysis of international collaboration and growth of literature at the macro level. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 20(2).
- Elmorshidy, A. (2013). Applying the technology acceptance and service quality models to live customer support chat for e-commerce websites. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 29(2), 589-596.
- Gess-Newsome, J. (1999). Pedagogical content knowledge: An introduction and orientation. In *Examining pedagogical content knowledge* (pp. 3-17). Springer, Dordrecht.
- Greenland, S., Coshall, J., & Combe, I. (2006). Evaluating service quality and consumer satisfaction in emerging markets. *International Journal of Consumer Studies*, 30(6), 582-590.
- Gounaris, S. (2005). Measuring service quality in b2b services: an evaluation of the SERVQUAL scale vis-à-vis the INDSERV scale. *Journal of Services Marketing*.
- Herrera-Viedma, E., López-Robles, J. R., Guallar, J., & Cobo, M. J. (2020). Global trends in coronavirus research at the time of Covid-19: A general bibliometric approach and content analysis using SciMAT. *El Profesional de la Información*, 2020, vol. 29, num. 3.
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National academy of Sciences*, 102(46), 16569-16572.
- Jain, S. K., & Gupta, G. (2004). Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *Vikalpa*, 29(2), 25-38.
- James, J. (2004). Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Jiang, J. J., Klein, G., & Crampton, S. M. (2000). A note on SERVQUAL reliability and validity in information system service quality measurement. *Decision Sciences*, 31(3), 725-744.
- Kang, H., & Bradley, G. (2002). Measuring the performance of IT services: An assessment of SERVQUAL. *International journal of accounting information systems*, 3(3), 151-164.
- Kang, G. D., & James, J. (2004). Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Khasseh, A. A., Soheili, F., Moghaddam, H. S., & Chelak, A. M. (2017). Intellectual structure of knowledge in iMetrics: A co-word analysis. *Information processing & management*, 53(3), 705-720.
- Kitchroen, K. (2004). Literature review: Service quality in educational institutions. *ABAC journal*, 24(2).
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International journal of quality and service sciences*.

- Lages, L. F., & Fernandes, J. C. (2005). The SERPVAL scale: A multi-item instrument for measuring service personal values. *Journal of Business Research*, 58(11), 1562-1572.
- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1991). Two approaches to service quality dimensions. *Service Industries Journal*, 11(3), 287-303.
- Lepmets, M., Cater-Steel, A., Gacenga, F., & Ras, E. (2012). Extending the IT service quality measurement framework through a systematic literature review. *Journal of Service Science Research*, 4(1), 7-47.
- Leydesdorff, L., & Vaughan, L. (2006). Co-occurrence matrices and their applications in information science: Extending ACA to the Web environment. *Journal of the American Society for Information Science and technology*, 57(12), 1616-1628.
- Marinković, V., Senić, V., Kocić, M., & Šapić, S. (2013). Investigating the impact of SERVQUAL dimensions on customer satisfaction: The lessons learnt from Serbian travel agencies. *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 184-196.
- Martins, W. S., Gonçalves, M. A., Laender, A. H., & Ziviani, N. (2010). Assessing the quality of scientific conferences based on bibliographic citations. *Scientometrics*, 83(1), 133-155.
- Martínez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M., & Herrera-Viedma, E. (2015). Analyzing the scientific evolution of social work using science mapping. *Research on Social Work Practice*, 25(2), 257-277.
- Midor, K., & Kučera, M. (2018). Improving the service with the servqual method. *Management systems in production engineering*, 26(1), 60-65.
- Muñoz-Leiva, F., Viedma-del-Jesús, M. I., Sánchez-Fernández, J., & López-Herrera, A. G. (2012). An application of co-word analysis and bibliometric maps for detecting the most highlighting themes in the consumer behaviour research from a longitudinal perspective. *Quality & Quantity*, 46(4), 1077-1095.
- Naik, C. K., Gantasala, S. B., & Prabhakar, G. V. (2010). Service quality (SERVQUAL) and its effect on customer satisfaction in retailing. *European journal of social sciences*, 16(2), 231-243.
- Neufeld, D. J., Dong, L., & Higgins, C. (2007). Charismatic leadership and user acceptance of information technology. *European Journal of Information Systems*, 16(4), 494-510.
- Ocampo, L., Alinsub, J., Casul, R. A., Enquig, G., Luar, M., Panuncillon, N., ... & Ocampo, C. O. (2019). Public service quality evaluation with SERVQUAL and AHP-TOPSIS: A case of Philippine government agencies. *Socio-Economic Planning Sciences*, 68, 100604.
- Pakdil, F., & Aydın, Ö. (2007). Expectations and perceptions in airline services: An analysis using weighted SERVQUAL scores. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 229-237.
- Papadouris, N., & Constantinou, C. P. (2017). Integrating the epistemic and ontological aspects of content knowledge in science teaching and learning. *International Journal of Science Education*, 39(6), 663-682.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Pekkaya, M., Pulat İmamoğlu, Ö., & Koca, H. (2019). Evaluation of healthcare service quality via Servqual scale: An application on a hospital. *International Journal of Healthcare Management*, 12(4), 340-347.

- Peprah, A. A., & Atarah, B. A. (2014). Assessing patient's satisfaction using servqual model: A case of sunyani regional hospital, Ghana. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*, 4(2), 133-143.
- Prentkovskis, O., Erceg, Ž., Stević, Ž., Tanackov, I., Vasiljević, M., & Gavranović, M. (2018). A new methodology for improving service quality measurement: Delphi-FUCOM-SERVQUAL model. *Symmetry*, 10(12), 757.
- Rahi, S., & Abd Ghani, M. (2018). Investigating the role of e-service quality and brand image in internet banking acceptance context with structural equation modeling (SEM-PLS). *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 427-442.
- Rahman, M. S., Khan, A. H., & Haque, M. M. (2012). A conceptual study on the relationship between service quality towards customer satisfaction: Servqual and Gronroos's service quality model perspective. *Asian Social Science*, 8(13), 201.
- Ravichandran, K., Mani, B. T., Kumar, S. A., & Prabhakaran, S. (2010). Influence of service quality on customer satisfaction application of servqual model. *International Journal of Business and Management*, 5(4), 117.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*.
- Rodrigues, L. L., Barkur, G., Varambally, K. V. M., & Motlagh, F. G. (2011). Comparison of SERVQUAL and SERVPERF metrics: an empirical study. *The TQM Journal*.
- Roslan, N. A. A., Wahab, E., & Abdullah, N. H. (2015). Service quality: A case study of logistics sector in Iskandar Malaysia using SERVQUAL model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172(0), 457-62.
- Reidenbach, R. E., & Sandifer-Smallwood, B. (1990). Exploring perceptions of hospital operations by a modified SERVQUAL approach. *Marketing Health Services*, 10(4), 47.
- Rowley, J. (1998). Quality measurement in the public sector: Some perspectives from the service quality literature. *Total Quality Management*, 9(2-3), 321-333.
- Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: towards a research agenda. *Internet research*.
- Roy, S. K., Lassar, W. M., Ganguli, S., Nguyen, B., & Yu, X. (2015). Measuring service quality: a systematic review of literature. *International Journal of Services, Economics and Management*, 7(1), 24-52.
- Sahney, S., Banwet, D. K., & Karunes, S. (2004). A SERVQUAL and QFD approach to total quality education. *International Journal of productivity and performance management*.
- Serenko, A., Bontis, N., Booker, L., Sadeddin, K., & Hardie, T. (2010). A scientometric analysis of knowledge management and intellectual capital academic literature (1994-2008). *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 3-23.
- Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International journal of quality & reliability management*.
- Souca, M. L. (2011). SERVQUAL—Thirty years of research on service quality with implications for customer satisfaction. *Marketing from Information to Decision*, (4), 420-429.
- Stević, Ž., Đalić, I., Pamučar, D., Nunić, Z., Vesković, S., Vasiljević, M., & Tanackov, I. (2019). A new hybrid model for quality assessment of scientific conferences based on Rough BWM and SERVQUAL. *Scientometrics*, 119(1), 1-30.
- Tan, K. C., & Kek, S. W. (2004). Service quality in higher education using an enhanced SERVQUAL approach. *Quality in higher education*, 10(1), 17-24.

- Van Iwaarden, J., Van der Wiele, T., Ball, L., & Millen, R. (2003). Applying SERVQUAL to web sites: An exploratory study. *International Journal of Quality & Reliability Management*.
- Vanparia, B. O., & Ganguly, P. (2010). SERVQUAL versus SERVPERF: An assessment from Indian banking sector. *QUEST-Journal of Management and Research*, 1(1), 3-13.
- Waila, P., Singh, V. K., & Singh, M. K. (2016). A Scientometric Analysis of Research in Recommender Systems. *Journal of Scientometric Research*, 5(1).
- Wisniewski, M. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality: An International Journal*.
- Yousapronpaiboon, K. (2014). SERVQUAL: Measuring higher education service quality in Thailand. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 1088-1095.
- Yang, Z., & Jun, M. (2002). Consumer perception of e-service quality: from internet purchaser and non-purchaser perspectives. *Journal of Business strategies*, 19(1), 19.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2002). Service quality delivery through web sites: a critical review of extant knowledge. *Journal of the academy of marketing science*, 30(4), 362-375.
- Zhou, L. (2004). A dimension-specific analysis of performance-only measurement of service quality and satisfaction in China's retail banking. *Journal of Services Marketing*.

Research Article**Hizmet Kalitesi Ve Servqual Ölçeği Literatürünün Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma***A Research On The Examination Of Service Quality And Servqual Scale Literature With Bibliometric Analysis Method*

Can Efekan AKHAN Araş. Gör., Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, canakhan@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0003-1731-0075	Ümit İhsan KORKMAZ Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, umit.korkmaz@ttmail.com https://orcid.org/0000-0003-1950-0390	Rıfat STRUGO Doktora Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, rifatstrugo@gmail.com https://orcid.org/0000-0001-9374-7151	Murat Hakan ALTINTAŞ Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi mhakan@uludag.edu.tr https://orcid.org/0000-0001-8517-0540
--	---	---	--

Extensive Summary**Introduction**

Service quality as a concept is one of the most fundamental phenomena of the service marketing field and is considered a critical success factor. The concept has received increasing attention from both researchers and practitioners in recent years. In the literature, the customer's quality perception has been the main focus of the studies on service quality (Sinha et al., 2013). Many studies in the literature show that service quality contributes to building a positive image while maintaining existing customers and gaining new ones. It is accepted that services are abstract, heterogeneity, impossible to stockpile like products, and production-consumption points are the same (Ladhari, 2009). Since the service sector's concrete elements consist of facilities, equipment, or tools, the evaluation of services may be limited in places (Jain & Gupta, 2004; Ocampo et al., 2017). In this context, it is more difficult to evaluate the concept of quality in services. The fact that the service cannot be examined before the sale due to its nature and the different results obtained in different tests due to its abstract nature increases the relativity of the service quality in person, place, and time elements.

Literature Review

As consumers have difficulty expressing their quality requirements in terms of service quality, service providers also have difficulties defining and measuring this (Souca, 2011). The "SERVQUAL" scale (Parasuraman et al., 1985; Parasuraman et al., 1988), originally developed by Parasuraman et al., To measure service quality, consists of 22 items representing five dimensions. The original scale has evolved and has undergone various changes. The scale is based on an external perspective, which indicates that customers' service quality assessment is critical regarding service quality. The first change in the scale was the conversion of items with negative expressions to a positive affirmation. While the 1988 version of the scale aims to reveal the participants' normative expectations, the new statements focused on what the customer should expect from "excellent service companies" (Souca, 2011). The SERVQUAL scale, which was first determined in 10 different dimensions, was then reduced to the author's five basic

dimensions. These dimensions have been determined as concrete elements, reliability, responsibility, assurance, and empathy (Ladhari, 2009). The importance of the various quality features used in service quality scales differs significantly between different service types and service customers. For example, while security may be the main determinant of quality for bank customers, it may not mean much for a beauty salon's customers. In this context, since service quality characteristics are not expected to be important in different weights in different sectors, it is recommended to include importance weights in service quality measurement scales (Jain & Gupta, 2004).

Methodology

The bibliometric analysis focuses on examining elements or phenomena in the context of their mutual relations based on certain perspectives (Ahlgren & Colliander, 2009) and, in this context, building a thematic network (Martinez et al., 2015). There is a content analysis application in essence (Munoz-Levia et al., 2012). Thus, clusters based on these themes are realized (Khasseh et al., 2017). While the mapping of the relevant area provides an important perspective (Neufeld et al., 2007), it also provides information on the periodic framework for a specific area (Serenko et al. 2010; Elango et al., 2016) and sub-domain development (Waila et al., 2016).

The bibliometric analysis process consists of (1) identifying and identifying research themes, (2) visualizing research themes and creating thematic networks, (3) exploring thematic areas, and (4) conducting analysis (Herrera-Viedma et al., 2020). First, the determining studies' documents were entered into the SciMAT software and subjected to pre-processing, normalization, and classification processes, and a bibliometric network was found. Normalization is provided by equality index, and a simple central algorithm is used in the mapping. According to co-association, network members of the themes were provided within the first period's scope. Themes and members are determined according to the cellular areas of the strategic diagram. Words to the frequency of words in the document are designed in the context of a common word network. Thus, the distance between them was determined (Li et al., 2020). In the synonyms analysis, the abbreviations, word mistakes, and those close to each other in terms of meaning are collected in the main theme group.

In this context, the articles indexed in the Web of Science database were examined. Three thousand five hundred five academic articles with the title "Service quality" or "SERVQUAL" were identified in the review. The date range of the analyzed studies is 1980-2020. The analysis was carried out with the SciMAT software, which provides the users with the opportunity to make analyzes through various bibliometric network designs and enables the analysis of the developments in the literature by providing information about different themes in the research field with the co-word method (Cobo & et al., 2012). The data were collected only from the studies indexed in the Web of Science database and articles with the word "service quality" and/or "SERVQUAL" in the title. Co-word analysis is a bibliometric analysis method based on classifying and mapping data and mapping methodology (Assefa & Rorissa, 2013). In the study, the periodic development of the subject was evaluated by classifying the words and word groups used in the titles of the works carried out in the service quality study field. A simple centrality algorithm was used in the clustering system, and h-index and total citation values were preferred (Hirsch, 2005). The basic rationale of the evaluation is the existence of a high degree of centrality, which expresses strong interactions between clusters (Ding & et al., 2001; Taşkın & Aydınoglu, 2015), and in this respect, the relationships between themes are determined (An & Wu, 2011) and the co-formation matrix is formed (Leydesdorff & Vaughan, 2006).

Results

In the first period, customer perception and service expansion were the main themes, while micro performance context issues became evident as a developing concept. When the first period is considered as the first period in terms of the awareness of the concept of service quality/SERVQUAL in the literature, it is an expected result that a few main themes will emerge.

Considering that the service quality naturally depends on a customer's perceptions, it has been observed that the concept of service expansion stands out as a driving factor in a connected structure. The second period includes more but more themes with the increasing awareness of service quality and the related scale and its use in different studies. Motor or immersive themes are customer perception, evaluation, first-tier service employees, loyalty, participation, knowledge, and product group. While finance and reliability are secondary concepts, successors, price, and human factors are observed horizontally. One of the main themes in the third period is customer satisfaction. While this main theme was a sub-theme in previous periods, it has recently become the main theme and has produced membership with service orientation, customer perception, and measurement model. The main theme of loyalty generates membership through trust, influence, and disposition/behavior. Trust emerged as a network member as a sub-theme in the previous period. The product group's main theme is developing national measurement, scale and micro performance, and network membership. User acceptance is one of the immersive themes that emerged at this stage.

Discussion

The present study's main point of view is to conduct a literature review to identify and compare which immersive and developing sub-areas of the concept of service quality/SERVQUAL over time. The main themes were determined by content analysis in the context of three periods (1980-1995; 1996-2010; 2011-2020), and the positions of the relevant themes and network members were determined according to the strategic diagrams in the examination using the bibliometry method and Scimat software. The study's background, which focuses on the general structure of the relevant field, aims to be the subject of possible theoretical modeling. In the context of academic articles included in the relevant literature, it is observed that the literature on the subject stagnates in the next 10-15 years when it begins to mature. These results show that the SERVQUAL concept can also lead to the evolution of a new possible concept. Although the first period shows the perception theme more as expected, it is seen that the concepts of work and element have come to the fore, especially in the last period. Therefore, it can be interpreted that service quality will become a strategic management area. Again, the recent period shows that consumer acceptance and technology, which has been dominant in the literature, will be at the forefront in the coming years.

When the literature transformation regarding the three periods evaluated, it is seen that customer perception has emerged as the main determinant in service quality since the first period. Considering the role of service expansion in increasing customer satisfaction, the intensity of studies, and references on service expansion in the first period coincides with this prediction. In the second period, considering the consumer-oriented transformation in the service sector over the years, development was observed in the evaluation and different service groups. As a result of the increasingly competitive environment, studies on loyalty have played a leading role in the last period. Developing technology and increasing internet usage gave birth to the online service industry; In this context, studies regarding the acceptance of online services and technologies by consumers have brought a different horizon to the field. Competition and technology factors lead consumers to different and unique expectations every year. This situation has also been reflected in the literature. In the last period, the expectation cluster has been observed as a driving factor in the study.