**Academician Studies Congress 2021 Spring**

**ÇALIŞANLARI ve KURUMSAL GÜCÜ ile YÜKSELEN DEĞER:**

**KATILIM BANKACILIĞI [[1]](#endnote-2)**

**Enes Koçoğlu[[2]](#endnote-3)**

**Doç.Dr. Süreyya Karsu[[3]](#endnote-4)**

**Prof.Dr. Meltem Nurtanış Velioğlu[[4]](#endnote-5)**

**ÖZET**

 Katılım bankacılığı (KB) tüm bankacılık çeşitlerinde olduğu gibi fon toplama- kullandırma ve genel bankacılık hizmetlerini gerçekleştirmek üzere finansal ekosisteme çözümler sunar. KBnın finansal ekosistemde bulunma yöntemi, *rekâbet, dayanışma, kontrol* ögelerinin toplamından oluşan *uyum* ögesidir (Albayrak ve Özsoy, 2021). Organizasyonel uyumun sağlanmasına dayanan KB organizasyonu satış ve destek organizasyonlarından oluşur (Acar ve Acar, 2021).

Organizasyonların *uyumu* sağlayabilmesi ve rekabette öne geçebilmesi için KB paydaşları arasında ifade edilen KB çalışanları, KB yönetim kurulu ve üst yönetim, hissedarlar, hizmet paydaşları, müşteriler vb. (Albayrak ve Özsoy, 2021) paydaşların iletişim ve ilişkilerinin uzun vadeli biçimde yönetilmesi finansal ekosistemde önemlidir.

 Bu çerçevede çalışmanın amacı, KB sektöründe müşterilerin KB personeline ve KBsına yönelik tutumlarının müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerine etkilerini belirleyerek KB sektörüne ve pazarlama literatürüne katkıda bulunmaktır. Paydaş temelinde hem KB personeline yönelik tutumun hem de kurum olarak KBna yönelik tutumun müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati çerçevesinde modellenmesi konusunda az sayıda saha araştırması bulunması çalışmanın özgünlüğünü ortaya koyar niteliktedir.

 Veri, Kasım 19, 2018-Ocak 25,2019 dönemlerinde Samsun’da 4 şubesi bulunan KBnın 373 mevcut müşterisinden yüz yüze anket yöntemiyle edinilmiştir. Tanımlayıcı nitelikteki neden-sonuç araştırmasının örneklemi kolayda örneklemdir. Nakıboğlu (2008)’den alınan ölçeğin KBnda uygulanmasında güvenirliği tespit edilmiştir (KMO= 0,869, Küresellik testi p‹0.00). Araştırmada iki model oluşturulmuştur; 1.model: Müşteri memnuniyeti ile personele yönelik tutum ve bankaya yönelik tutum arasındaki ilişkinin yönü ve gücü belirleme, 2.model: Müşteri sadakati ile personele yönelik tutum ve bankaya yönelik tutum arasındaki ilişkinin yönü ve gücü belirleme amacındadır. 1.model analiz sonucu; personele yönelik tutum ile bankaya yönelik tutum değişkenlerinin müşteri memnuniyetini açıklama gücü (Adj R2) 0,550’dir, F testi sonuçlarına göre (F= 283,146; p=0,000) 1.model anlamlıdır. 2.model analiz sonucu; personele yönelik tutum ile bankaya yönelik tutum değişkenlerinin müşteri sadakatini açıklama gücü (Adj R2) 0,455’dir, F testi sonuçlarına göre (F= 156,146; p=0,000) 2.model anlamlıdır. Müşteri memnuniyeti ve sadakatinin oluşumunda personele yönelik tutum etkisinin bankaya yönelik tutuma göre daha güçlü olduğu tespit edilmiştir. KBnın personellerine yapacakları çeşitli yatırımlar ile müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakatine katkı sağlayabileceği önerisinde bulunmaktayız.

**Anahtar Kelimeler:** Katılım Bankacılığı, Faizsiz Bankacılık, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, Nicel Araştırma.

**A RISING VALUE with EMPLOYEES and CORPORATE STRENGTH: PARTICIPATION BANKING**

**ABSTRACT**

Participation banking sytem (PB) offers solutions to the financial ecosystem to realize fund collection-use and general banking services as in all banking types. The existence method of PB in financial ecosystem is the harmony that is formed by competition, solidarity and control factors (Albayrak and Özsoy, 2021).

PB organization based on ensuring organizational harmony that consists sales and support organizations (Acar and Acar, 2021). Inorder to provide harmony and to be successful in competition, it is essential to manage the communication processes and relationship management in a long term with employees, board and senior management, stockholders, service shareholders, customers, etc., who are called as shareholders (Albayrak and Özsoy, 2021).

In this context, the aim of the study is to contribute both the sector and marketing literature by determining the effects of the attitudes of customers towards the employees and bank on customer satisfaction and customer loyalty. Being one of the few studies that models the attitude towards both staff and the bank as an institution within the framework of customer satisfaction and customer loyalty can be mention as an originality.

The data of the study was obtained by face to face survey method from 373 existing customers of a PB in Samsun city on November 19, 2018-January 25, 2019. Convenience sampling and descriptive cause and effect research was used. The scale was taken from Nakıboğlu (2008) and its realibilty analyzes were done inorder to use in PB sector (KMO= 0,869, p‹0.00). Two models formed; 1st model;  Determining the direction and strength of the relationship between customer satisfaction and attitude towards employees and attitude towards the bank, 2nd model aims to determine the direction and strength of the relationship between customer loyalty and attitude towards employee and attitude towards the bank. 1st model analysis result;  the power of attitude towards Employee and attitude towards the bank to explain customer satisfaction (Adj R2) is found as 0,550 and according to results of the F test (F= 283,146; p=0,000), 1st model is accepted as significant. 2nd model analysis result;  the power of attitude towards employee and attitude towards the bank to explain customer loyalty (Adj R2) is found as 0,455 and according to the results of the F test (F= 156,146; p=0,000) 2nd model is found as significant. It has been determined that the attitude effect towards personnel is stronger than the attitude towards the bank.on forming customer satisfaction and loyalty. We suggest that PBs can contribute customer satisfaction and customer loyalty with various investments to their employees.

**Keywords:** Participation Banking, Islamic Banking, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Quantitative Research.

1. Çalışma, Enes Koçoğlu’nun BAİBÜ SBE’nde yer alan Katılım Bankacılığında Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati Yönünden İlişkisel Pazarlama Ögeleri adlı Yüksek Lisans Tezinden geliştirilmiştir. [↑](#endnote-ref-2)
2. Kurumsal Portföy Yönetmeni, Türkiye Emlak Katılım Bankası, enes-kocoglu@hotmail.com, Orcid:0000-0002-7137-5323 [↑](#endnote-ref-3)
3. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, karsu\_s@ibu.edu.tr, Orcid:0000-0002-2724-7420 [↑](#endnote-ref-4)
4. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, velioglu\_m@ibu.edu.tr, Orcid:0000-0002-8238-9480 [↑](#endnote-ref-5)