

Davranışsal, Siyasi ve Dini Faktörlerin Banka Tercih Üzerindeki Etkisi*

The Effect of Behavioral, Political and Religious Factors on Bank Choice

Bilgehan TEKİN^{1**}

Seda Nur BASTAK²

¹ Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, btekin@karatekin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4926-3317.

² Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muhasebe ve Finansman Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, bastaksedanur@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0868-1029.

** Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 11 09 2021

Makale Kabul/Accepted: 11 11 2021

Öz

Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında, bireylerin bankacılık sistemi içerisinde yaptıkları tercihler üzerinde çok çeşitli faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Söz konusu faktörler kimi zaman finansal bilgi ve algı düzeyleri ve dini hassasiyetler olabildiği gibi kimi zaman fayda-maliyet unsuru, kimi zaman hizmet kalitesi, kimi zaman da bireylerin davranışsal özellikleri ve siyasi tercihleri olabilmektedir. Bu çalışmada bireylerin İslami bankacılık hakkındaki bilgi ve algı düzeylerinin yanı sıra, dini hassasiyetlerinin, davranışsal önyargılarının (kendine aşırı güven ve kayıptan kaçınma) ve siyasi bakışlarının çift bankacılık sisteminin söz konusu olduğu Türkiye’de banka tercihleri üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışmada, veri toplanması amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Toplanan veriler çalışmada belirlenen hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılmıştır. Çalışma sonucunda kişilerin davranışsal önyargıları, siyasi tercihleri ve dini yaşantılarının yaptıkları tercihler üzerinde etkilerinin olduğu görülmüştür.

Anahtar kelimeler: İslami Bankacılık, Konvansiyonel Bankacılık, Banka Tercih

JEL kodları: C1, G21, G24,

Abstract

Considering the studies in the literature, it is seen that various factors are influential on the choices of individuals within the banking system. These factors may be financial knowledge and perception levels and religious sensitivities, cost-benefit factors, sometimes service quality, and sometimes behavioral characteristics and individuals’ political preferences. In this study, besides the knowledge and perception levels of individuals about Islamic banking, the effect of their religious sensibilities, behavioral biases (self-reliance and avoidance of excessive losses), and political preferences, on the bank preferences in Turkey where the dual banking system is carried out, is investigated. In the study, the survey method was used to collect data. The collected data were used to test the hypotheses determined in the study. As a result of the study, it was noticed that the behavioral prejudices, political preferences, and religious experiences of the people have significant effects on their choices.

Keywords: Islamic Banking, Conventional Banking, Bank Choice

JEL codes: C1, G21, G24

* Bu çalışma 4-6 Haziran 2021 tarihinde düzenlenen “IV International Conference on Data Science and Applications (ICONDATA’21)” başlıklı konferansta sunulmuş bildirinin gözden geçirilmiş ve yeniden düzenlenmiş halidir. Bu çalışma aynı zamanda Tekin ve Bastak (2021) tarafından daha önce gerçekleştirilmiş aynı minvaldeki çalışmanın örnekleminin değiştirilmiş ve yeni değişkenler eklenerek geliştirilmiş halidir.

1. GİRİŞ

Bireyler ihtiyaçlarını gidermek amacıyla üretim ve yatırım faaliyetlerinde bulunurlar. Söz konusu üretim ve yatırım işlemleri yaşamsal ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılabileceği gibi kar elde etme amacıyla da yapılabilmektedir. Bu noktada bireyler finansal piyasaların temel hareket noktası olan kaynak arayışı içerisine girmektedirler. Finansal piyasalar fon arz edenlerden fon talep edenlere fon aktarımını sağlayan mekanizmalardır. Üretim ve yatırım yapmak amacıyla fon aktarımını gerçekleştirmenin bir maliyeti söz konusudur. Bu maliyet konvansiyonel finans piyasalarında faiz olarak adlandırılmaktadır (Erdem ve Tatlı, 2020:1). Bununla birlikte İslam dininin faizli işlemleri yasaklaması toplumun önemli bir kesiminin kolay bir şekilde finansman kaynaklarına erişimini ve ellerindeki atıl fonları finansal piyasalara yönlendirerek kazanç elde etmelerini engellemektedir. Faizsiz/İslami bankacılık veya ülkemizde kullanılan ismiyle Katılım bankacılığı; dini hassasiyet nedeniyle faizden uzak duran bireylerin geleneksel bankalara yönlendirmedikleri fonlarını faizsiz yöntemler ile toplaması ve fon ihtiyacı olan bireylere faizsiz bir şekilde kullandırılması düşüncesiyle ortaya çıkan kurumları ifade etmektedir. Bu bağlamda katılım bankalarının ekonomik sisteme yaptıkları en önemli katkılardan biri atıl durumda bulunan fonları ekonomik hayata kazandırmaktır (Özsoy vd., 2013: 188).

Bireylerin banka tercihlerinde çoğunlukla dini hassasiyetlerin, hizmet kalitesinin, güven unsurunun ve bireylerin finansal bilgi, algı ve farkındalık düzeylerinin etkili olduğu yapılan çalışmalarda görülmektedir. Türkiye gibi ikili bankacılık sistemlerinin (faizli ve faizsiz) görüldüğü ülkelerde banka tercihlerinde dini hassasiyetlerin yanı sıra bireylerin dünyaya bakış açılarının, yaşam biçimlerinin, siyasi tercihlerinin ve davranışsal özelliklerinin de yaptıkları tercihler üzerinde etkili olabileceği düşünülmektedir.

Bu bağlamda, ikili bankacılık sistemi olarak adlandırılan sistem içerisinde bireylerin katılım ve konvansiyonel bankalar arasından yaptıkları tercihlerde hangi faktörlerin etkili olduğu önemli bir araştırma konusu olmaya devam etmektedir. Bu çalışmada Türkiye’de bireysel banka müşterilerinin dini yaşantılarının yanı sıra siyasi tercihlerinin ve davranışsal özelliklerinin yaptıkları tercihler üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla çalışmada anket yöntemi ile toplanan veriler kullanılarak parametrik analizler gerçekleştirilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bireylerin konvansiyonel ve İslami bankalar arasından yaptıkları tercihlerin tespit edilmesine yönelik literatürde farklı çalışmalar bulunmaktadır. Genel anlamda bakıldığında, bireylerin bu yöndeki tercihlerini etkileyen faktörlerin; bankaların güvenilirliği, işlem hızları, banka imajı, bankaların konumu ve şube sayısı, banka personelinin bilgi düzeyi ve müşteriler ile iletişim becerileri dini hassasiyetler ve bireylerin finansal bilgi düzeyleri olduğu görülmektedir.

Tekin ve Bastak (2021) tarafından yapılmış olan çalışmada bireylerin katılım bankacılığı (İslami finans) tercihlerini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Bu bağlamda 242 ticari ve İslami banka müşterisi üzerinden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Analiz sonuçlarına göre demografik özellikler ile banka tercihleri arasında belirli düzeyde bir ilişki olduğu ve katılımcıların dini hassasiyetlerinin İslami finans tercihlerini olumlu yönde etkilediği,

katılımcıların siyasi parti tercihlerinin de katılım bankacılığının tercih edilmesinde etkili olduğu görülmüştür.

Bilal vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada Pakistan'daki KOBİ'ler arasında İslami bankacılığın benimsenmesini etkileyen faktörler araştırılmıştır. Çalışma sonucunda bankaların kurumsal yönetim imajının, devlet desteğinin, göreceli avantajın, algılanan davranış kontrolünün ve öznel normların Pakistan'daki İslami bankacılık tercihlerini önemli ölçüde etkilediği görülmüştür.

Altundere Doğan (2020), Türkiye'de üniversite öğrencilerinin İslami finansal okuryazarlığını araştırdığı çalışmasında İslami finans okuryazarlık düzeyindeki artışın öğrencilerin katılım bankacılığı tercihlerini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Tekin (2019) tarafından yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığına yönelik bilgi, algı ve farkındalık düzeyleri ve tercihlerine etkisi incelenmiştir. Çalışma sonucunda üniversite öğrencileri arasında bilgi ve farkındalık düzeylerinin oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca katılım bankası tercihinde din faktörünün etkili bir faktör olduğu ve İslami bankacılığa yönelik olumlu algı ile tercih edilme arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür.

Duramaz ve Erol (2018), Ege Bölgesi'ndeki katılım bankası müşterilerin demografik farklılıklara göre (yaş, cinsiyet, gelir) katılım bankası tercihlerine etki eden faktörleri belirlemeyi amaçladıkları çalışmalarında katılım bankası müşterilerinin yaş seviyelerine göre katılım bankası tercihlerinde farklılıklar tespit edilmiştir.

Anaç ve Kaya (2017), Türkiye'deki bankaların neden tercih edildiğini tespit etmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada katılım bankası tercihinin etkileyen en önemli faktörün "Katılım bankası ve faizsiz kurum olarak imaj ve popüleritesi" olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca "Dini hassasiyet yönlendirmesi" ve "Banka çalışanlarının müşterilere karşı yaklaşımı" faktörlerinin de etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Durak vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada banka seçiminde müşteri tercihlerini belirlemek amacıyla, Düzce, Bolu ve Zonguldak'ta faaliyet gösteren katılım bankalarının müşteriler tarafından neden tercih edildiği araştırılmıştır. Bu bağlamda anket yolu ile veri toplanarak veriler analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda müşterilerin katılım bankalarını tercih etmesinde iki faktörün önemli olduğunu ve en etkili faktörün şube personeli ile yakın ilişkiler olduğu ortaya konulmuştur.

Tatlı vd. (2017), katılım bankacılığı konusunda tüketicilerin bilgi düzeyini ortaya koymak ve bankacılık hizmetlerinin tercihinin etkileyen faktörleri incelemek istedikleri çalışmalarının sonuçlarına göre 26 değişkenin 5 faktörde toplanmasıyla faktörler önem sırasına göre sıralanmıştır: "güven", "iletişim", "memnuniyet", "yenilikçilik" ve "sadakat".

Latifi vd. (2016), Tunus'ta faaliyet gösteren İslami bankaların tercih edilme sebeplerini belirlemeye yönelik olarak açıklayıcı faktörleri belirlemek ve demografik özelliklerin rolünü tespit etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda Tunus'ta faaliyet gösteren İslami bankaların 180 müşterisine anket ve görüşme yöntemi ile veri toplamışlardır. Elde edilen verilere faktör analizi, regresyon analizi ve demografik özellik analiz yapılarak İslami bankacılığı tercih etme nedenlerini belirlemişlerdir. Sunulan hizmet kalitesi, güven ve

(özellikle) şeriat yasalarına uygunluk, cinsiyet ve yaş İslami bir bankanın seçimini etkileyen faktörler olarak tespit edilmiştir.

Rahim vd. (2016), İslami finans okuryazarlığının umutsuzluk, dindarlık ve finansal tatmin gibi belirleyicilerinin geçerlilik ve güvenilirliğini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın verileri Utara Malezya Üniversitesinde öğrenim gören 200 öğrenciye anket uygulanarak elde edilmiştir ve faktör analizi uygulanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre dindarlığın en önemli etken olduğu ardından umutsuzluk ve finansal tatminin takip ettiği tespit edilmiştir.

Toraman vd. (2015), mevcut ve potansiyel banka müşterilerinin İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı anket yöntemi ile belirlenmiştir. Anket sonuçlarına göre, İslami bir banka ile çalışmayı tercih eden, etmeyen ve kararsız olan katılımcıların tüm sorulara vermiş oldukları cevaplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre İslami bankacılık faaliyetlerinin müşteriler tarafından yeterince bilinmediği ve potansiyel müşterilerin İslami finans algısının çok zayıf olduğu tespit edilmiştir.

Özsoy vd. (2013), Türkiye'deki katılım bankalarının niçin tercih edildiğini saptamak amacıyla Bolu ilindeki üç ayrı katılım bankasının 217 müşterisine anket uygulayarak veri toplamışlardır. Elde edilen verilere açıklayıcı faktör analizi uygulamış olup sonucunda katılımcıların katılım bankası tercihlerini etkileyen en önemli faktörün "hizmet/ürün kalitesi" olduğunu ardından "imaj ve güven", "personel kalitesi" ve "dini/çevresel motivasyon" faktörlerinin nemli olduğunu ortaya koymuşlardır.

Mokhlis, (2009), Malezya'da cinsiyet farklılıklarının banka tercihinin etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Çalışmasının sonuçlarına göre kadın ve erkek öğrenciler arasında banka tercihinde bazı farklılıklar saptanmıştır.

Bley ve Kuehn (2004), tarafından yapılan çalışma, üniversite öğrencilerinin geleneksel ve İslami bankacılıkta ilgili finansal kavram ve terimlerin bilgisi, din ve dilin etkisi ve diğer bireysel değişkenler arasındaki finansal hizmetler tercihleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktadır. Bu amaç doğrultusunda Amerika Birleşik Devletleri'nde bir üniversite mezunu ve lisans işletme öğrencilerinden (n = 667) elde edilen veriler İslami finans tercihlerini belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre öğrenciler arasında geleneksel bankacılık terimleri İslami bankacılığa göre daha yüksek olduğu, Arapça dilinin İslami finans bilgisinin belirleyici olduğu ve eğitim seviyesi arttıkça hem geleneksel hem de İslami bankacılık bilgisinin gelişiminde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ayrıca İslami bankacılık tercihinde en önemli belirleyicinin samimiyet olduğunu tespit etmişlerdir.

İslami finans literatüründe ilk çalışmalardan olan Erol & El-Bdour (1989) ve Erol, Kaynak & El-Bdour (1990) tarafından yapılan İslami finans tercihinin etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik olan çalışmalara göre bireylerin katılım bankacılığını tercih nedenleri hızlı ve verimli hizmet sunumu, itibar ve gizliliklidir.

Yapılan çalışmalar genel olarak ele alındığında İslami bankacılığın tercih edilmesinde dini faktörlerin, ekonomik faktörlerin, çevresel ve demografik faktörlerin etkili olduğu görülmektedir. Fakat İslami bankacılığın tercih edilmesinde politik/siyasi faktörlerde etki edebilmektedir. Örneğin Pakistan ve İran'da hem sosyal adalet hem de dini kurallar baz

alınarak İslami Bankacılık zorunlu hale getirilmiştir. Ayrıca uluslararası alanda güç elde etmek adına İslam ülkelerinin büyümesi ve kalkınmasını sağlamak adına ve ülkeler arasında politik güce sahip olabilmek için faizsiz bankacılığın avantajları kullanılmaktadır. Örneğin İslam Kalkınma Bankası'nın kuruluş amaçlarından bir tanesi, İslam ülkeleri arasında iş birliği, ekonomik etkinliği arttırmak ve uluslararası alanda politik bir güce sahip olmaktır (İşcan, 2019: 26).

Bununla birlikte banka tercihinde bireylerin davranışsal önyargılarının etkili olabileceği düşünülmektedir. Nitekim davranışsal finans alanında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde bireylerin finansal kararları üzerinde davranışsal önyargıların oldukça geniş bir literatürü kapsayacak şekilde etkili olabildiği görülmektedir.

Yukarıda bir özeti verilen literatürde konu ile ilgili yapılmış çalışmalar dikkate alınarak bu çalışmada test edilecek hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

H₁: Bireylerin faizli ve faizsiz bankalar arasından yaptıkları tercihte siyasi tercihlerinin etkisi vardır.

H₂: Bireylerin faizli ve faizsiz bankalar arasından yaptıkları tercihte cinsiyetlerinin etkisi vardır.

H₃: Bireylerin faizli ve faizsiz bankalar arasından yaptıkları tercihte davranışsal faktörlerin etkisi vardır.

H₄: Bireylerin faizli ve faizsiz bankalar arasından yaptıkları tercihte dini yaşantılarının etkisi vardır

3. METODOLOJİ

Çalışmada kolayda örnekleme yoluyla anket yardımıyla toplanan veriler üzerinden frekans analizi, bağımsız gruplar t testi, ANOVA analizi, faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Anketler 362 bireysel banka müşterisine gönderilmiş ve 324 adetinin analize uygun olduğuna karar verilmiştir. Ankette bireylerin demografik özelliklerine, dini hassasiyetlerine, siyasi tercihlerine, davranışsal önyargılarının ölçülmesine ve İslami bankacılık ile ilgili bilgi ve algı düzeylerinin ölçülmesine yönelik ölçekler yer almıştır. Ankette toplam 41 adet madde yer almış ve ölçekler literatürde daha önce gerçekleştirilmiş çalışmalar örnek alınarak hazırlanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler Alrabadi, ALGharaibeh ve Zurigat (2011), Arif ve Khan (2013), El Massah ve Al-Sayed (2013), Toraman, Ata ve Buğan (2015) tarafından daha önce yapılan çalışmalardan derlenmiştir.

4. BULGULAR

Çalışmada öncelikle frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 1'de görüldüğü gibidir. Frekans analizinde katılımcıların demografik bilgilerine, banka tercihlerine, davranışsal önyargılarına, siyasi parti tercihlerine ve dini yaşantı tercihlerine ilişkin soru ve ifadelere verilen cevaplar yer almaktadır.

Tablo 1. Frekans Analizi Sonuçları

Cinsiyetiniz?			
		f	^p
	Kadın	122	37,7
	Erkek	202	62,3

	Toplam	324	100,0
Yaşınız?			
		f	^p
	18-30	148	45,7
	31-40	113	34,9
	41-50	44	13,6
	51-60	16	4,9
	60 Ve Üzeri	2	,6
	Toplam	323	99,7
	Cevapsız	1	,3
	Toplam	324	100,0
Hangi İlde İkamet Ediyorsunuz?			
		f	^p
	BOŞ	1	,3
	Ankara	71	21,9
	Antalya	3	,9
	Aydın	1	,3
	Bitlis	3	,9
	Bolu	1	,3
	Bursa	3	,9
	Çankırı	136	42
	Denizli	5	1,5
	Erzurum	4	1,2
	Gümüşhane	1	,3
	Hakkari	1	,3
	Hatay	2	,6
	Iğdır	1	,3
	İstanbul	20	6,2
	İzmir	2	,6
	Kahramanmaraş	1	,3
	Karaman	1	,3

	Kars	1	,3
	Kastamonu	2	,6
	Kayseri	1	,3
	Kilis	1	,3
	Kocaeli	2	,6
	Konya	9	2,8
	Kütahya	1	,3
	Mersin	1	,3
	Muğla	1	,3
	Ordu	1	,3
	Osmaniye	2	,6
	Sivas	1	,3
	Şırnak	36	11,1
	Tokat	1	,3
	Trabzon	1	,3
	Van	1	,3
	Yozgat	4	1,2
	Zonguldak	1	,3
	Toplam	324	100,0
Eğitim Durumunuz?			
		f	^p
	İlkokul	3	,9
	Ortaokul	8	2,5
	Lise	33	10,2
	Üniversite (Önlisans-Lisans)	228	70,4
	Lisansüstü (Yüksek lisans-Doktora)	50	15,4
	Toplam	322	99,4
	Cevapsız	2	,6
	Toplam	324	100,0
Herhangi Bir İşte Çalışma Durumunuz?			
		f	^p

	Çalışıyorum	257	79,3
	Çalışmıyorum	67	20,7
	Toplam	324	100,0
Çalışıyorsanız Aşağıdaki Alanların Hangisinde Çalışmaktasınız?			
		f	^p
	Kamu (Devlet)	209	64,5
	Özel Sektör	33	10,2
	İşçiyim	8	2,5
	Girişimciyim (Kendi İşimi Kurdum)	9	2,8
	Serbest Meslek Sahibiyim	2	,6
	Diğer	26	8,0
	Toplam	287	88,6
	Cevapsız	37	11,4
	Toplam	324	100,0
Dünya Görüşünüzü Diğerlerine Göre Daha Çok Yansıttığınızı Düşündüğünüz Siyasi Partiler Hangi Grupta Yer Alır?			
		f	^p
	Sol Partiler	50	15,5
	Sağ Partiler	104	32,1
	Hiçbirisi	92	28,4
	Cevapsız	78	24,0
	Toplam	324	100,0
İnanıldığınız Dinin Yükümlülüklerini Hangi Sıklıkla Yerine Getirirsiniz?			
		f	^p
	Düzenli Olarak, Aksatmamaya Dikkat Ederek	185	57,1
	Sadece Dini Açıdan Önemli Günlerde	67	20,7
	Aklıma Geldiği Zamanlarda	71	21,9
	Toplam	323	99,7
	Cevapsız	1	,3
	Toplam	324	100,0

Tasarruflarınızı Bir Finans Kurumunda Saklamak İsteddiğinizde Size Göre En Doğru Seçenek Hangisi Olur?			
		f	^p
	Ticari (Faizli) Bankalar	192	59,3
	İslami Finans (Faizsiz) Kurumları	131	40,4
	Toplam	323	99,7
	Cevapsız	1	,3
Toplam		324	100,0
Elimdeki Parayı Kaybetme Korkusu Beni Tedirgin Eder, Bu Nedenle Çoğu Zaman Yatırım Yapmaktan Çekinirim.		f	^p
	Kesinlikle Katılmıyorum	21	6,5
	Katılmıyorum	90	27,8
	Kararsızım	68	21,0
	Katılıyorum	118	36,4
	Kesinlikle Katılıyorum	27	8,3
	Toplam	324	100,0
Genel Olarak, Doğuştan Sahip Olduğum Yeteneklerime Ve Hislerime Güvendiğim İçin Risk Almaktan Korkmam.		f	^p
	Kesinlikle Katılmıyorum	29	9,0
	Katılmıyorum	102	31,5
	Kararsızım	76	23,5
	Katılıyorum	95	29,3
	Kesinlikle Katılıyorum	22	6,8
	Toplam	324	100,0
Genel Olarak, Aldığım Eğitime ve Bilgi Birikimime Güvendiğim İçin Risk Almaktan Korkmam.		f	^p
	Kesinlikle Katılmıyorum	23	7,1
	Katılmıyorum	97	29,9
	Kararsızım	69	21,3
	Katılıyorum	113	34,9
	Kesinlikle Katılıyorum	22	6,8
	Toplam	324	100,0
Çevremdeki İnsanlara Sürekli Olarak Tavsiyelerde Bulunurum.		f	^p

	Kesinlikle Katılmıyorum	14	4,3
	Katılmıyorum	79	24,4
	Kararsızım	67	20,7
	Katılıyorum	136	42,0
	Kesinlikle Katılıyorum	28	8,6
	Toplam	324	100,0
Genel Olarak, Bir Grup İçerisinde Benim Verdiğim Kararlar veya Fikirler En Doğru Kararlar Veya Fikirlerdir.		f	^p
	Kesinlikle Katılmıyorum	16	4,9
	Katılmıyorum	57	17,6
	Kararsızım	125	38,6
	Katılıyorum	108	33,3
	Kesinlikle Katılıyorum	18	5,6
	Toplam	324	100,0

4.1. Siyasi Parti ve Banka Tercih İlişkisi

Çalışmada daha sonra katılımcıların siyasi tercihlerine göre banka tercihlerinin farklılaşım farklılaşmadığı incelenmiştir. Bu analiz gerçekleştirilirken sadece siyasi parti tercihlerini anket formunda işaretleyen katılımcılar (246 adet: Tablo 2) dikkate alınmıştır.

Tablo 2. Dünya görüşünüzü diğerlerine göre daha çok yansıttığınızı düşündüğünüz siyasi partiler hangi grupta yer alır?

Tercih	f	^p
Sol Partiler	50	20,2
Sağ Partiler	104	42,5
Hiçbirisi	92	37,2
Toplam	246	100,0

Tablo 3. ANOVA Analizi Sonuçları

		n	\bar{x}	s	Std. Hata
Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?	Sol Partiler	50	1,7800	,86402	,12219
	Sağ Partiler	104	2,1538	,69351	,06800
	Hiçbirisi	92	2,0761	,85464	,08910

	Toplam	246	2,0488	,80157	,05111
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.	Sol Partiler	50	2,1800	1,18992	,16828
	Sağ Partiler	104	3,3238	1,11368	,10868
	Hiçbirisi	92	2,6522	1,02104	,10645
	Toplam	246	2,8421	1,18054	,07512
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.	Sol Partiler	50	2,0600	1,09563	,15495
	Sağ Partiler	105	3,1714	1,04198	,10169
	Hiçbirisi	91	2,6593	1,07724	,11293
	Toplam	246	2,7561	1,14172	,07279
				<i>F</i>	<i>p</i>
Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?				3,845	,023
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.				20,637	,000
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.				19,002	,000

Tablo 3'te yer alan ANOVA analizi sonuçlarına göre *F* ve *p* değerlerinin "Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?", "İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim" ve "İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim." ifade ve sorularına verilen cevapların katılımcıların siyasi parti tercihlerine göre farklılaştıklarını gösterdiği görülmüştür. Söz konusu farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiğini tespit edebilmek için Tukey testi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4. Tukey Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken		(I) Dünya görüşünüzü diğerlerine göre daha çok yansıttığımızı düşündüğünüz siyasi partiler hangi grupta yer alır?	(J) Dünya görüşünüzü diğerlerine göre daha çok yansıttığımızı düşündüğünüz siyasi partiler hangi grupta yer alır?	Ort. Fark (I-J)	Std. Hata	<i>p</i>
		Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?	Sol Partiler			
		Hiçbirisi	-,29609	,13923	,087	
	Sağ Partiler	Sol Partiler	,37385*	,13637	,018	
		Hiçbirisi	,07776	,11342	,772	
	Hiçbirisi	Sol Partiler	,29609	,13923	,087	

		Sağ Partiler	-,07776	,11342	,772
	Sol Partiler	Sağ Partiler	-1,14381*	,18837	,000
		Hiçbirisi	-,47217*	,19261	,039
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.	Sağ Partiler	Sol Partiler	1,14381*	,18837	,000
		Hiçbirisi	,67164*	,15655	,000
	Hiçbirisi	Sol Partiler	,47217*	,19261	,039
		Sağ Partiler	-,67164*	,15655	,000
	Sol Partiler	Sağ Partiler	-1,11143*	,18318	,000
		Hiçbirisi	-,59934*	,18767	,005
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.	Sağ Partiler	Sol Partiler	1,11143*	,18318	,000
		Hiçbirisi	,51209*	,15269	,003
	Hiçbirisi	Sol Partiler	,59934*	,18767	,005
		Sağ Partiler	-,51209*	,15269	,003

Tablo 4'te yer alan sonuçlara göre "Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?" sorusuna verilen cevaplar sol ve sağ partiler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Buna göre soruya sağ partiler şeklinde cevap veren katılımcıların katılım bankalarını daha fazla tercih ettikleri görülmektedir. Aynı durum "İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim." ve "İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim." ifadelerine katılım dereceleri arasında da tespit edilmiştir. Buna göre ifadelere katılım düzeyi sağ partileri tercih eden katılımcılarda daha yüksektir.

4.2. Davranışsal Önyargı ve Banka Tercih İlişkisi

Çalışmanın analiz kısmının bu bölümünde ise davranışsal önyargılar ile banka tercihi arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Bu amaçla öncelikle açılımcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda verilerin faktör analizine uygunluğu KMO ve Bartlett küresellik testi sonuçlarına bakılarak tespit edilmiştir. Tablo 5'de KMO örneklem yeterlilik indeksi değerinin ,698>,60 olması ve Bartlett küresellik testi sonucunda anlamlılık değerinin (Sig.) 0,00<0.05 olması çalışmada toplanan verilerin faktör analizinde kullanılabileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5. KMO Örneklem Yeterliliği ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,698
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	625,241
	df	55
	Sig.	,000

Tablo 6'de ise açıklanan toplam varyanslar yer almaktadır. Toplam varyansın %67.497'si ölçek tarafından açıklanabilmektedir. Açıklanan varyans değerlerinin 2 faktörlü bir ölçek için oldukça yeterli olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2008).

Tablo 6. Açıklanan Toplam Varyans Tablosu

<i>Faktörler</i>	<i>Faktör Özdeğeri</i>	<i>Varyans Yüzdesi %</i>	<i>Toplam Varyans %</i>
Faktör 1: Risk Seven	2,146	42,916	42,916
Faktör 2: Kendine Güven	1,229	24,581	67,497

Faktör analizi sonucunda Risk Seven ve Kendine Güven olmak üzere iki faktör ortaya çıkmış ve sonraki analizler bu faktörler temel alınarak gerçekleştirilmiştir.

Tablo 7. Oluşan Faktörler

	<i>Risk Seven</i>	<i>Kendine Güven</i>
Genel olarak, aldığım eğitime ve bilgi birikimime güvendiğim için risk almaktan korkmam.	,749	,308
Genel olarak, doğuştan sahip olduğum yeteneklerime ve hislerime güvendiğim için risk almaktan korkmam.	,747	,174
Elimdeki parayı kaybetme korkusu beni tedirgin eder, bu nedenle çoğu zaman yatırım yapmaktan çekinirim.	,708	-,100
Genel olarak, bir grup içerisinde benim verdiğim kararlar veya fikirler en doğru kararlar veya fikirlerdir.	,028	,812
Çevremdeki insanlara sürekli olarak tavsiyelerde bulunurum.	,013	,803

Araştırmada kullanılan davranışsal önyargı ölçeğinin iç tutarlılığı (güvenirliği) Cronbach alpha (α) modeli ile tespit edilmiştir. Tablo 8'den de görülebileceği gibi alpha modeline göre yapılan güvenilirlik analizi sonucuna göre, 5 maddesi olan (N=5) davranışsal önyargı eğilimi ölçeğinin Cronbach's Alpha (α) değeri 0.651'dir. $0,60 \leq \alpha < 0,80$ olduğundan ölçeğin oldukça güvenilir ve iç tutarlılığının yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Özdamar, 2004; Tavşancıl, 2006).

Tablo 8. Güvenilirlik analizi sonuçları

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,651	5

Çalışmanın bu bölümünde katılımcıların riske karşı tutumlarına göre ve kendine aşırı güven düzeylerine göre banka tercihlerinin değişip değişmediği araştırılmıştır. Bu amaçla bağımsız gruplar *t* testinden yararlanılmıştır. Tablo 9'da verilen sonuçlara göre katılımcıların riske karşı tutumlarına ve kendine aşırı güven düzeylerine göre faizli ve faizsiz bankacılık tercihlerinin değiştiği görülmektedir.

Tablo 9. Bağımsız Gruplar *t* Testi

<i>Grup İstatistikleri</i>

<i>Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?</i>		<i>N</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sap.</i>	<i>Std. Hata</i>
<i>Riskseven</i>	Geleneksel (Faizli) Bankalar	192	8,8438	2,39033	,17251
	İslami Finans (Faizsiz) Kurumları	131	9,9924	2,74421	,23976
<i>Kendinegüven</i>	Geleneksel (Faizli) Bankalar	192	6,2500	1,74860	,12619
	İslami Finans (Faizsiz) Kurumları	131	6,7023	1,65341	,14446
			<i>df</i>		<i>p</i>
<i>Riskseven</i>			321		,000
<i>Kendinegüven</i>			321		,020

4.3. Dini Yaşantı Banka Tercih İlişkisi

Çalışmanın analiz kısmının bu bölümünde ise katılımcıların dini yaşantıları ve hassasiyetleri ile faizli ve faizsiz bankalar arasından yaptıkları tercihlerin ilişkisine bakılmıştır. Bu amaçla ANOVA analizinden ve Tukey testinden yararlanılmıştır. Çalışmada finans kurumu tercihi ölçeğe yer alan üç farklı soru ve ifade ile ölçülmüştür. Dini yaşantı düzeyi ise "İnanduğunuz dinin yükümlülüklerini hangi sıklıkla yerine getirirsiniz?" sorusu ile ölçülmüştür. Analiz sonuçları Tablo 10 ile özetlenmiştir. Tanımlayıcı istatistiklere bakıldığında "Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?" sorusuna, "İnanduğunuz dinin yükümlülüklerini hangi sıklıkla yerine getirirsiniz?" sorusuna "Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek" şeklinde cevap verenlerin büyük çoğunluğunun (Ortalama değer 1,5326) İslami bankalar şeklinde cevap verdikleri görülmektedir (SPSS'te 1: Ticari Bankalar, 2: İslami Bankalar olarak kodlanmıştır). Aynı durum "İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.", "İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim" ifadelerine katılım düzeyleri açısından da geçerlidir. ANOVA sonuçlarına bakıldığında finans kurumu tercihinin dini yaşantı düzeyi grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı görülmektedir. Söz konusu farklılığın hangi gruplar arasında anlamlı bir şekilde gerçekleştiğini tespit etmek amacıyla Tukey testi gerçekleştirilmiştir. Tukey testi sonuçları incelendiğinde dini yaşantı düzeyi gruplarının tümünün ortalamaları arasında istatistiksel olarak bir farklılık söz konusudur. Bu sonuçlara göre dini hassasiyetleri yüksek olan (ibadetlerini düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek yerine getirdiklerini belirten katılımcılar) bireylerin daha çok İslami bankaları tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 10. Dini Yaşantı*Banka Tercih

		Tanımlayıcı İstatistikler					
		<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	185	1,5326	,50030	,03688	1,00	2,00
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	67	1,2836	,45414	,05548	1,00	2,00
	Aklıma geldiği zamanlarda	71	1,1972	,40070	,04755	1,00	2,00

	Total	323	1,4068	,49201	,02742	1,00	2,00
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	185	3,1622	1,18215	,08691	1,00	5,00
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	67	2,6716	1,19833	,14640	1,00	5,00
	Aklıma geldiği zamanlarda	71	2,5493	1,13123	,13425	1,00	5,00
	Total	323	2,9257	1,20328	,06695	1,00	5,00
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	185	3,0272	1,12804	,08316	1,00	5,00
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	67	2,7164	1,19095	,14550	1,00	5,00
	Aklıma geldiği zamanlarda	71	2,4366	1,07879	,12803	1,00	5,00
	Total	323	2,8323	1,15328	,06427	1,00	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?	Between Groups	15,156	2	7,578	13,855	,000
	Within Groups	174,474	319	,547		
	Total	189,630	321			
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.	Between Groups	24,728	2	12,364	8,962	,000
	Within Groups	441,489	320	1,380		
	Total	466,217	322			
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.	Between Groups	19,003	2	9,502	7,430	,001
	Within Groups	407,941	319	1,279		
	Total	426,944	321			

Tukey Testi Sonuçları

Dependent Variable	(I) İnanduğunuz dinin yükümlülüklerini hangi sıklıkla yerine getirirsiniz?	(J) İnanduğunuz dinin yükümlülüklerini hangi sıklıkla yerine getirirsiniz?	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Tasarruflarınızı bir finans kurumunda saklamak istediğinizde size göre en doğru seçenek hangisi olur?	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	Sadece dini açıdan önemli günlerde	,48944*	,10332	,000
		Aklıma geldiği zamanlarda	,36940*	,10553	,002
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,48944*	,10332	,000
		Aklıma geldiği zamanlarda	-,12003	,12596	,607

	Aklıma geldiği zamanlarda	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,36940*	,10553	,002
		Sadece dini açıdan önemli günlerde	,12003	,12596	,607
İslami (katılım) bankaları diğer bankalara tercih ederim.	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	Sadece dini açıdan önemli günlerde	,61287*	,16398	,001
		Aklıma geldiği zamanlarda	,49052*	,16748	,010
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,61287*	,16398	,001
		Aklıma geldiği zamanlarda	-,12235	,20006	,814
	Aklıma geldiği zamanlarda	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,49052*	,16748	,010
		Sadece dini açıdan önemli günlerde	,12235	,20006	,814
İslami (katılım) bankacılık ürünlerini inançlarımdan dolayı tercih ederim.	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	Sadece dini açıdan önemli günlerde	,59055*	,15799	,001
		Aklıma geldiği zamanlarda	,31076	,16136	,133
	Sadece dini açıdan önemli günlerde	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,59055*	,15799	,001
		Aklıma geldiği zamanlarda	-,27980	,19261	,315
	Aklıma geldiği zamanlarda	Düzenli olarak, aksatmamaya dikkat ederek	-,31076	,16136	,133
		Sadece dini açıdan önemli günlerde	,27980	,19261	,315

Çalışmanın devamında cinsiyetin banka tercihinde önemli olup olmadığı araştırılmış ancak bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre banka tercihinde erkek ve kadın grup ortalamaları arasında herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Geleneksel bankacılık sistemi genel anlamda borçlu ve alacaklı arasındaki ilişkiye dayanmaktadır. Geleneksel finans sisteminde faiz, paranın fırsat maliyetini yansıtan kredinin fiyatı olarak kabul edilir. Geleneksel bankacılıkta, temerrüt durumunda ek ücret (ceza veya bileşik faiz) talep edilmektedir. İslami bankacılıkta ise müşterilere doğrudan para aktarılması söz konusu olmayıp, bireylerin veya kurumların ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yatırım yapılması esası söz konusudur. Bu yönüyle İslami bankacılık sistemi, geleneksel faiz tabanlı borç verme sisteminden farklılaşmaktadır. İslami bankacılığın temeli İslam inancına dayanmaktadır. İslami bankacılık sistemi çerçevesinde faaliyet gösteren bankalar tüm eylemlerinde ve işlemlerinde İslam Hukuku veya Şeriat prensiplerini gözetmektedir. Uluslararası piyasalarda konvansiyonel bankaların hakim bir görüntü sergilemelerine karşın dünya finans sistemi içerisinde İslami bankacılık sisteminin giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Öyle ki, Türkiye’de olduğu gibi diğer bazı ülkelerde esasen

konvansiyonel bankacılık faaliyetleri gerçekleştiren bazı bankalar İslami bankacılık esaslarına göre faaliyet gösteren yan kuruluşlarını faaliyete geçirmektedirler. Bu nedenlerle İslami bankacılık sistemi kendi içerisinde olduğu kadar geleneksel bankalarla da rekabet eder konuma gelmeye başlamıştır. İslami bankacılık sistemi, zaman içerisinde önemli gelişimler göstererek bugün tüm dünyada geniş bir şekilde kabul gören ve hem Müslümanlar hem de gayrimüslimler tarafından tercih edilen bir konumdadır. İslami bankacılık sistemi artık dini yükümlülükleri yerine getirmek için kurulmuş ticari kuruluşlar olmalarının ötesinde müşteri çekmek ve elde tutmak için geleneksel bankalarla güçlü rekabete girebilmektedirler.

Bu çalışmada ikili bankacılık kanalının söz konusu olduğu Türkiye'de banka müşterilerinin banka seçimlerinin belirleyicilerini anlamak amaçlanmıştır. Türkiye'de olduğu kadar farklı ülkelerde de gerçekleştirilen çalışmalar ile müşterilerin konvansiyonel bankalar ile İslami bankalar arasında yaptıkları tercihlerde etkili faktörlerin neler olduğu konusu dönem dönem araştırılmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmaların genelinde ise benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmada konuya biraz daha farklı bir açıdan yaklaşmış ve gerçekleştirilen çalışmalarda genel anlamda yer verilen faktörlerin yanı sıra literatürde benzerine rastlanmayan faktörlerin de banka tercihi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Bu çalışmanın sonucunda bireylerin geleneksel ve İslami banka arasında yaptıkları tercihte siyasi tercihlerinin, dini yaşantılarının ve davranışsal önyargılarının etkisi olduğu bununla birlikte cinsiyetlerinin etkisi olmadığı ortaya konulmuştur. Bankaların bu çalışmanın sonuçlarından yararlanarak veya benzer araştırmalar yaparak etkin pazarlama stratejileri geliştirebilecekleri veya mevcut stratejilerini gözden geçirebilecekleri düşünülmektedir. Hazırlanan stratejiler ile hem geleneksel bankalar hem de İslami bankalar aynı finansal sistem içerisinde aynı etkinlikte faaliyette bulunabilirler.

Sonraki çalışmalarda bu çalışmanın bulgularının daha da geliştirilebilmesi için eğitim düzeyinin, çalışanların çalıştıkları sektörün, yaş gruplarının gruplar arasında dengeli dağıldığı daha geniş örneklemeler kullanılabilir ve bu yönde ilişkilere bakılabilir. Bu amaçlarla farklı örnekleme yöntemleri tercih edilebilir. Ayrıca farklı davranışsal önyargıların daha kapsamlı ölçeklerle ölçülerek banka tercihi ile ilişkilerinin araştırılması söz konusu olabilir.

KAYNAKÇA

- Alrabadi, D. W., AL-Gharaibeh, M. A., & Ziad, M. Z. (2011). What Makes Investors Overconfident? Evidence from Amman Stock Exchange. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 43(1), 28-34.
- Altundere Doğan, M. B. (2020). İslami Finans Okuryazarlığı ve Finansal Tercihlere Etkisi, *BDDK Bankacılık ve Finans Dergisi*, 14(1),69-98.
- Anaç, T., ve Kaya, F. (2017). Bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesini etkileyen faktörler. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(15), 145-182.
- Arif, M., & Khan, M. Z. (2013). Stock Investors' Overconfidence: Evidence from Islamabad Stock Exchange. *Journal of Applied and Emerging Sciences*, 4(1), pp70-74.

- Avcı, T. (2020). *Katılım bankacılığı sektörünün gelişimi ve işleyişi: Ülkeler bazında finansal analizler*. Gazi Kitapevi: Ankara.
- Bafra, E. (2015). *Katılım bankacılığı uygulamasında İslami bankacılık sözleşmelerinin temelleri*. Gazi Kitapevi: Ankara.
- Bilal, M., Fatima, S., Ishtiaq, M. ve Azeem, H.M. (2020). Factors affecting the choice of Islamic banking by SMEs in Pakistan: Implications for Islamic banks' corporate governance. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 14 (1), 255-272.
- Bley, J., & Kuehn, K. (2004). Conventional versus Islamic finance: student knowledge and perception in the United Arab Emirates. *International journal of Islamic financial services*, 5(4), 17-30.
- Durak, İ., Bayat, M., ve Arslan, H. M. (2017). Banka seçiminde müşteri tercihleri: Katılım bankaları üzerine amprik bir inceleme. *The Journal of Social Science*, 1(2), 60-70.
- Duramaz, S. ve Erol, İ. (2018). Banka müşterilerinin katılım bankası tercihlerine yönelik bir araştırma: Ege bölgesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25(1), 251-267.
- El Massah, S., & Al-Sayed, O. (2013). Risk aversion and Islamic finance: an experimental approach. *International Journal of Information Technology and Business Management*, 16(1), 49-77.
- El-Gamal, M. A. (2006). *Islamic finance: Law, economics, and practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Erdem, M., ve Tatlı, H. (2020). *Teorik ve pratik bakımdan Dünya'da ve Türkiye'de İslami finans*. Gazi Kitapevi: Ankara.
- Erol, C. ve El-Bdour, R. (1989). Attitudes, behaviour, and patronage factors of bank customers towards Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 7(6), 31-37.
- Erol, C., Kaynak, E. ve Radi, E. B. (1990). Conventional and Islamic banks: Patronage behaviour of Jordanian customers. *International Journal of Bank Marketing*, 8(4), 25-35.
- Etab, M. (2016). *The internal and external contingent factors that affect the determination of profitability in Islamic banks in comparison to conventional banks in Egypt*. Doktoral Dissertation , De Montfort University.
- Güçlü, F., ve Kılıç, M. (2020). İslami finansın dünyadaki gelişimi ve İslami finansa yön veren uluslararası kuruluşlar üzerine bir inceleme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(1), 75-91.

- Iqbal, Z. and Mirakhor, A. (2011). *An introduction to islamic finance: Theory and practice*. Singapore: Wiley.
- İşcan Karakaş, H. (2019). *Bireysel müşterilerin kredi kullanımlarında katılım bankalarını tercih etme sebepleri* (Yüksek lisans tezi), Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Ltifi, M., Hikkerova, L., Aliouat, B., ve Gharbi, J. (2016). The determinants of the choice of Islamic banks in Tunisia. *International Journal of Bank Marketing*, 34(5), 710-730.
- Mokhlis, S. (2009), "Determinants of Choice Criteria in Malaysia's Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions", *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 16, 18-30.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. 5. Baskı. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özsoy, İ., Görmez, B., ve Mekik, S. (2013). Türkiye'de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Ampirik bir tetkik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1), 187-206.
- Rahim, S. H. A., Rashid, R. A., and Hamed, A. B. (2016). Islamic financial literacy and its determinants among university students: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(7S).
- Sarı, B. (2010). *Türkiye'de faizsiz bankacılık sektöründe müşteri memnuniyeti ve banka tercihleri üzerine bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tatlı, H., Varol, A. ve Alakuştekin, A. (2017). Katılım bankacılık hizmetlerinde tüketici tercihlerini etkileyen faktörler: Bingöl'de bir uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 9(2), 1309- 8012.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. 3. Baskı. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım.
- Tekin, B. (2019). Üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığına yönelik bilgi, algı ve farkındalık düzeyleri ve tercihlerine etkisi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 135-150.
- Tekin, B., ve Bastak, S. N. (2021). *Bireylerin katılım bankacılığı (İslami bankacılık) tercihlerini etkileyen faktörler*. Karabulut, Ş. (Ed.), Ulusal, Uluslararası ve Küresel Ölçekte Finans Uygulamaları içinde (175-203. ss.). Gazi Kitabevi: Ankara.

Toraman, C., Ata, H.A., ve Buğan, M. F. (2015). İslami bankacılık faaliyetlerine yönelik müşteri algısı üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4), 761-779.