



ISSN:1306-3111  
e-Journal of New World Sciences Academy  
2009, Volume: 4, Number: 4, Article Number: 2B0033

#### **SPORTS SCIENCES**

Received: February 2009  
Accepted: September 2009  
Series : 2A  
ISSN : 1308-7266  
© 2009 [www.newwsa.com](http://www.newwsa.com)

**R.Timuçin Gençer**  
**Olcay Kiremitçi**  
**Hayal Boyacıoğlu**  
Ege University  
timucin.gencer@ege.edu.tr  
Izmir-Turkey

### **SEYİRCİ KATILIM KARARI ÖLÇEĞİ'NİN (SKKÖ) DOĞRULAYICI FAKTÖR ANALİZİ**

#### **ÖZET**

Bu çalışmanın amacı, Seyirci Katılım Kararı Ölçeği'nin (SKKÖ) faktör yapısının doğrulayıcı faktör analizi aracılığıyla sınanmasıdır. Bu ölçek seyircilerin profesyonel futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek 6 faktör altında toplanmış 24 maddeden oluşmaktadır. Bunlar, Fiziksel Çevre, Rakip Takım, Tuttuğum Takım, Program Uygunluğu, Müsabakanın Cazibesi ve Toplumsallaşma Fırsatı faktörleridir. Araştırmaya, 4 farklı takımın mücadele ettiği 2 Turkcell Süper Lig profesyonel futbol müsabakasında 294 seyirci katılmıştır. Analizler için LISREL 8.51 bilgisayar programı kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular sonucunda, model veriye iyi uyum sağlamış (RMSEA= 0,049, SRMR= 0,057, GFI= 0,90, CFI= 0,95, IFI 0,95, NNFI=0,94, 6 faktörlü yapı desteklenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Geçerlilik, Spor Yönetimi, Profesyonel Spor, Futbol, Faktör Analizi

### **CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS OF THE SPECTATOR ATTENDANCE DECISION SCALE (SADS)**

#### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to examine the factor structure of the Spectator Attendance Decision Scale (SADS) through a confirmatory factor analysis. The scale was developed to determine factors affecting the spectator's attendance decision to professional soccer games. The scale consists of 24 items under 6 factors: Service Scape, Opponent Team, My Team, Schedule Convenience, Game Attractiveness, and Socialization Opportunity. 294 spectators, from 2 Turkcell Super League soccer games where 4 different teams competed, attended to the research. LISREL 8.51 computer program were used for the analysis. As a result of the study, the model provided good fit to the data (RMSEA= 0,049, SRMR= 0,057, GFI= 0,90, CFI= 0,95, IFI 0,95, NNFI=0,94), the 6-factor structure has been supported.

**Keywords:** Validity, Sport Management, Professional Sport, Soccer, Factor Analysis



## 1. GİRİŞ (INTRODUCTION)

Spor kulüpleri için sahip oldukları taraftar sayısından çok sahip oldukları seyirci sayısı önem taşımaktadır. Takımını gerek yerinden gerekse bir yayın kuruluşu aracılığıyla izlemek için bir bedel ödemeye hazır olan seyirci, o takımın, sahip olduğu ve olacağı gücü arttırabilmesi ve sürdürebilmesi açısından son derece önemlidir.

Profesyonel spor takımları gelirlerini, bilet satışları, yayın hakları, lisans gelirleri, ve stadyumla ilişkili diğer gelirler olmak üzere, 4 temel kaynaktan oluştururlar. Bu kaynakların toplam gelir içerisindeki büyüklüğü spordan spora farklılık göstermesine rağmen, bilet gelirleri, bir takımın sahibi ya da yöneticileri açısından, diğer gelir kaynaklarına göre çok daha önemli bir yer tutmaktadır (Leeds ve Allmen, 2004:362). Dolayısıyla spor organizasyonları için bireylerin spor etkinliğine seyirci olarak katılımını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi ayrı bir önem taşımaktadır (Zhang ve ark.,1995, Cunningham ve Kwon, 2003; Trenberth ve Garland, 2007). Bu faktörlerin anlaşılması, organizasyonların gerçekleştirecekleri tüm pazarlama programlarını olumlu yönde etkileyecektir (Shank, 1999, 174; Cunningham ve Kwon, 2003).

Spor ekonomik açıdan ele alındığında, eğlence endüstrisi içerisinde yer alan önemli bir hizmet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Mullin, Hardy ve Sutton, 2000). Bu eğlence endüstrisi içerisinde yer alan hizmet organizasyonları arasında, tüketicilerin sahip olduğu sınırlı serbest zamanları içerisinde yine sınırlı miktarda bulunan paralarını kazanabilmek ile ilgili, her geçen gün artan bir rekabet söz konusudur.

Spor organizasyonlarının, gerek birbirleriyle gerekse eğlence endüstrisi içerisinde yer alan diğer hizmet organizasyonları ile rekabet edebilmeleri, oluşturabildikleri gelirler ve bu gelirlerin sürekliliği ile yakından ilişkilidir. Gelirlerini arttırabilen hizmet organizasyonları, müşterilerine çok daha kaliteli hizmet sunabilmek şansına sahip olabilecekken, diğerleri, bu konuda her geçen gün artan rekabetin de etkisiyle, oldukça zorlanacak ve gerekli yatırımları yapamaz duruma geleceklerdir. Bu durumun sürekliliği, organizasyonların eğlence endüstrisi içerisinde tercih edilmeyen bir konuma gelmelerine neden olabilecek, organizasyonun yok olmasına kadar giden bir süreçte kendisini gösterecektir.

Bir kulüp için daha fazla sayıda seyirciye sahip olmak, daha fazla bilet geliri sağlamanın yanı sıra, daha fazla sponsor bulabilmek ve daha yüksek yayın gelirleri elde edebilmek için önemli fırsatlar sağlayacaktır (Mullin, Hardy ve Sutton, 2000) Elde edilecek gelir artışı ile birlikte, kulüplerin sahadaki performansında da olumlu yönde iyileştirmeler gerçekleştirilebilecek ve bunlar da doğrudan yada dolaylı olarak tekrar ve tekrar çeşitli gelirlerde önemli artışlara fırsat tanıyacaktır (Gençer ve Aycan, 2008). Dolayısıyla, spor seyircilerinin spor müsabakalarına katılım kararlarını etkileyen değişkenlerin belirlenmesine yönelik çalışmalara önem verilmesi gerekmektedir.

Alan yazında, seyircilerin spor müsabakalarına katılımı ile ilgili, özellikle Amerikalı spor bilimcileri tarafından, farklı bir çok faktör üzerinde durulmuştur (De Schriver ve Jensen, 2002; Greenwell, Fink ve Pastore, 2002; Funk, Mahony, Ridinger, 2002; Hill ve Green, 2000; Kelly ve Turley, 2001; Lascu ve ark.,1995; Laverie ve Arnett, 2000; Shank, 1999; Trail, Anderson ve Fink, 2000; Wakefield, Blodgett ve Sloan, 1996; Wakefield ve Sloan, 1995; Wann,1995; Zhang ve ark.,1995, 2001). Bu faktörler arasında, takıma ve spora duyulan ilgi, özdeşleşme düzeyi, eğlence, toplumsallaşma, günlük rutinden uzaklaşma, müsabakanın çekiciliği, ekonomik ve demografik faktörler, programın uygunluğu ve stadyum ile ilgili faktörler dikkat çekmektedir.



Araştırmacılar tarafından seyircilere yönelik geliştirilen güdüleme ölçekleri arasında, Wann'ın (1995) 8 gizil değişkenden oluşan Spor Taraftarı Güdülenme Ölçeği (Sports Fan Motivation Scale -SFMS), Zhang ve ar. (1995) tarafından geliştirilen ve 4 gizil değişkenden oluşan Seyirci Katılım Kararı Envanteri (Spectator Decision Making Inventory) Milne ve McDonald'ın (1999) 12 gizil değişkenden oluşan Spor Tüketicisi Güdülleri (Motivations of the Sport Consumers) dikkat çekmektedir. Ancak, Trail ve James (2001) bu ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik açısından bazı noktalarda sınırlı olduklarını belirterek, 9 gizil değişkenden oluşan, Spor Tüketimine Yönelik Güdülenme Ölçeği'ni (Motivation Scale for Sport Consumption) geliştirmişlerdir. Nitekim, Zhang ve ark. (2003) ile Wann daha sonra yaptığı çalışmalarla, geliştirmiş olduğu ölçekte bazı yenilikler yapmıştır.

## **2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ (RESEARCH SIGNIFICANCE)**

Araştırmacıların, spor seyircilerinin davranışları, özellikle onların müsabakalara katılım kararları, ile ilgili sürdürdükleri çalışmalar, spor seyircilerinin spor organizasyonlarının özellikle gelirleri açısından taşıdıkları önem nedeniyle, göz ardı edilemez (Gençer ve Aycan, 2008). Bu amaca yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmalar sonucunda oluşturulan SKKÖ, temel bileşenler faktör analizi sonuçlarına dayalı olarak kabul edilir ölçüm özellikleri taşımaktadır. Ancak, ölçeğin geçerliliğini daha sağlam temellere oturtabilmek için doğrulayıcı faktör analizi ile sınanması da önemlidir. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) tüm ölçüm modelinin uyumunu değerlendirmek ve ölçüm model parametrelerinin son şeklini elde etmek için kullanılmaktadır. DFA her ne kadar açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile beraber aynı örneklem üzerinde kullanılabilse de, veri elde etmenin mümkün olduğu durumlarda DFA'nın yeni bir örneklem üzerinde uygulanması tercih edilmektedir (Hubert, 2003).

## **3. YÖNTEM (METHOD)**

### **3.1. Katılımcılar (Participants)**

Araştırmaya katılan seyirciler (n=294), iki Turkcell Süper Lig müsabakasında mücadele eden 4 farklı profesyonel futbol takımını izlemek için gelen seyirciler arasından kolay örneklem yöntemi ile seçilmiştir. Araştırmaya katılan seyircilerin yaşları 14 ile 73 arasındadır (M= 26.75, Sd= 9.76). Seyircilerin 279'u (%94.9) erkek, 15'i (%5.1) kadındır.

### **3.2. Veri Toplama Araçları (Data Instruments)**

Araştırma kapsamında, seyircilerin profesyonel futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen faktörleri belirleyebilmek için Gençer ve Aycan (2008) tarafından geliştirilmiş olan Seyirci Katılım Kararı Ölçeği (SKKÖ) ile birlikte yaş, cinsiyet ve medeni durumu ile ilgili soruların yer aldığı bir anket formu kullanılmıştır.

SKKÖ, 6 faktör altında toplanmış 24 maddeden oluşmaktadır. Bu faktörler Fiziksel Çevre (7 madde), Rakip Takım (3 madde), Tuttuğum Takım (4 madde), Program Uygunluğu (4 madde), Müsabakanın Cazibesi (3 madde) ve Toplumsallaşma Fırsatı (3 madde) olarak adlandırılmıştır. SKKÖ faktörlerinin iç tutarlılık katsayıları tüm faktörlerde .70'in üzerindedir. Oluşturulan ölçekte yer alan her bir değişken 5'li Likert Ölçeği kullanılarak (5="tamamen", 4= "oldukça", 3= "biraz", 2= "çok az", 1= "hiç") değerlendirilmiştir (Gençer ve Aycan, 2008).

SKKÖ, araştırmacılar ve 4 yardımcı öğrenci tarafından, stadyumlar içerisinde, müsabakanın başlamasından 30 ile 45 dakika önce, maçı izlemeye gelmiş olan seyircilere dağıtılmıştır. Araştırmacılar ve yardımcıları, anket dağıtılan seyircilere, araştırmanın amacını ve anketin doldurulması ile ilgili gerekli



bilgileri, anketin üzerinde yazmasına rağmen, detaylı olarak açıklamışlardır. Dağıtılan anketler müsabaka başlamadan hemen önce araştırmacılar tarafından toplanmıştır.

### 3.3. Veri Analizi (Data Analysis)

Çalışmanın verilerine Lisrel 8.51 paket programı kullanılarak Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Parametre ölçümleri, standart hataları, t-değeri, faktörler arasındaki çok yönlü korelasyon değerleri ve çeşitli uygunluk göstergeleri test edilmiştir. Uygunluk belirteçleri dahilinde ki-kare istatistiği ( $X^2$ ), serbestlik derecesi (df), tahmini hataların ortalama karelerinin karekökü (RMSEA), standardize edilmiş hataların ortalama karelerinin karekökü (SRMR), yüksek uyum indeksi (GFI), uyarlanmış yüksek uygunluk indeksi (AGFI), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), artan uyum indeksi (IFI), normlaştırılmış uyum indeksi (NFI) ve normlaştırılmamış uyum indeksi (NNFI) ölçütlerinden yararlanılmıştır.

Chau (1997) modelin veriye iyi uyum sağlayabilmesi için ki-karenin serbestlik derecesine oranının 3 ve daha düşük; GFI, NFI, NNFI, CFI değerlerinin .90 ve üstü; AGFI değerinin ise .80 ve daha üstü bir değer alması gerektiğini belirtmiştir. Kelloway (1998) mutlak uyum için SRMR'nin .05'den küçük; RMSEA'nın (verinin çok iyi uyumu için) .05'den küçük ve AGFI ve GFI'nın .90 üstü olmasının iyi uyumu gösterdiğini belirtmiştir. Hu ve Bentler (1999) ise, modelin veriye iyi uyum sağlayabilmesi için SRMR değerinin .08'e; RMSEA değerinin .06'ya yakın veya daha düşük olması; ve CFI değerinin .95 ve daha üstü bir değer alması gerekliliği üzerinde durmuştur.

### 4. BULGULAR (FINDINGS)

Müsabakalara giden futbol seyircilerinin katılım kararları üzerinde en büyük puana sahip olan faktör Tuttuğum Takım (TT) faktörüdür (M= 3.82, sd= 1.13). Bu faktörü Fiziksel Çevre (FÇ) faktörü (M=3.65, sd= 1.16) ve Müsabakan Cazibesi (MC) faktörü (M=3.61, sd=1.14) izlemektedir. Rakip Takım (RT) faktörü ise, seyircilerin katılım kararı üzerinde en az etkiye sahiptir (M= 2.65, sd= 1.49). Ölçeği oluşturan faktörlere ilişkin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları, Program Uygunluğu (PU) için .72, Müsabakanın Cazibesi (MC) için .66, Fiziksel Çevre (FÇ) için .89, Toplumsallaşma Fırsatı (TF) için .76, Tuttuğum Takım (TT) için .81, Rakip Takım (RT) için .92 olarak bulunmuştur. Faktör puanları arasındaki korelasyonlara bakıldığında, ölçeği oluşturan 6 faktöründe birbirleri ile arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Ölçeğin alt değerlerine ilişkin ortalama değerler ile standart sapmalar ve alt boyutlar arasındaki korelasyonlar aşağıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Tanımlayıcı istatistik, iç tutarlılık katsayıları ve faktörler arası korelasyonlar  
(Table 1. Descriptive Statistics, Cronbach's Alpha values, correlations among factors)

	Ort.	Stan. Sapma	Cronbach's Alpha	MC	FC	TF	TT	RT
PU	3.09	1.17	.72	.22**	.32**	.27**	.17**	.15**
MC	3.61	1.14	.66		.41**	.26**	.39**	.28*
FC	3.65	1.16	.89			.49**	.39**	.30*
TF	3.51	1.20	.76				.36**	.30**
TT	3.82	1.13	.81					.37**
RT	2.65	1.49	.92					

\*p<.05 \*\*p<.01



6 faktör altında toplanmış 24 maddeden oluşan SKKÖ'nin sahip olduğu yapının, verilerle ne derecede uyum gösterdiğini belirlemek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. DFA sonucunda uyum indeksleri  $\chi^2= 589.14$ ,  $df= 237$ ,  $\chi^2/df= 2.49$ ,  $RMSEA= 0.071$ ,  $SRMR= 0.060$ ,  $GFI= 0.86$ ,  $CFI=0.90$ ,  $IFI= 0.90$ ,  $NNFI= 0.88$  olarak bulunmuştur (Model 1). Modifikasyon indekslerinin incelenmesi sonucunda bazı maddelerin hataları arasındaki korelasyon düzeyleri dikkate alınmış ve kavramsal netlik oluşturmak amacıyla bazı revizyonlar gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu revizyonlar dahilinde M12-M3, M17-M1 ve M24-M8 maddeleri arasındaki korelasyonlar serbest bırakılmıştır. Serbest bırakılan maddelerin tümü aynı faktöre ait maddelerdir. Tekrar uygulanan DFA sonucunda uyum indeksleri  $\chi^2= 398.32$ ,  $df= 234$ ,  $\chi^2/df= 1.70$   $RMSEA= 0.049$ ,  $SRMR= 0.057$ ,  $GFI= 0.90$ ,  $CFI=0.95$ ,  $IFI= 0.95$ ,  $NNFI= 0.94$  olarak değişiklik göstermiştir (Model 2). Elde edilen uyum indeksleri incelendiğinde modelin veriye çok daha iyi uyum gösterdiği görülmüştür (Tablo 2).

Tablo 2. Uyum indeksleri için DFA sonuçları  
(Table 2. CFA results for fit indexes)

	$\chi^2$	df	$\chi^2/df$	RMSEA	SRMR	GFI	CFI	IFI	NNFI
Model 1	589.14	237	2.49	.071	.060	.86	.90	.90	.88
Model 2	398.32	234	1.70	.049	.057	.90	.95	.95	.94
Model 1= 24 maddelik referans model Model 2= (12-3, 17-1, 24-8) maddeler arasındaki ilişkinin serbest bırakılması ile elde edilmiş model									

DFA sonucunda, ölçek maddelerine ilişkin faktör yüklerini gösteren lambda değerlerinin PU için 0.43 ile 0.82; MC için 0.54 ile 0.72; FC için 0.61 ile 0.80; TF için 0.64 ile 0.82; TT için 0.50 ile 0.86; RT için 0.82 ile 0.95 arasında değiştiği görülmektedir. Çoklu korelasyon karesi ( $R^2$ ) değerleri PU için 0.19 ile 0.68; MC için 0.29 ile 0.52; FC için 0.38 ile 0.64; TF için 0.41 ile 0.67; TT için 0.25 ile 0.74; RT için 0.68 ile 0.90 arasında değiştiği görülmektedir. Bununla beraber t değerleri .05 önemlilik düzeyinde anlamlı olarak 7.09 ile 21.35 arasında değişmektedir (Tablo 3).



Tablo 3.  $\lambda$ ,  $R^2$  ve t değerleri için DFA sonuçları  
(Table 3. CFA results for  $\lambda$ ,  $R^2$  and t values)

FAKTÖR	MADDE NO	$\lambda$	$R^2$	t
PU	5	.43	.19	7.09*
	10	.82	.67	14.30*
	16	.47	.22	7.72*
	22	.82	.68	14.44*
MC	9	.64	.41	10.06*
	15	.54	.29	8.39*
	20	.72	.52	11.26*
FC	1	.63	.39	11.22*
	3	.78	.61	14.99*
	8	.72	.52	13.53*
	12	.71	.51	13.07*
	17	.67	.45	12.19*
	21	.80	.64	15.57*
TF	4	.64	.41	10.95*
	11	.82	.67	14.55*
	19	.69	.47	11.91*
	24	.61	.38	10.87*
TT	2	.83	.68	16.09*
	7	.67	.45	12.26*
	14	.50	.25	8.58*
	23	.86	.74	17.01*
RT	6	.95	.90	21.35*
	13	.91	.83	19.91*
	18	.82	.68	16.95*

\* p<.05

##### 5. TARTIŞMA (DISCUSSION)

Bu çalışmanın amacı, SKKÖ'nin (Gençer ve Aycan, 2008) geçerliliğine ilişkin netlik sağlamaktır. SKKÖ'nin psikometrik özelliklerinin geçerliliğini tekrar sınamak için DFA kullanılmıştır. 294 profesyonel futbol seyircisinden elde edilen verilere uygulanan DFA sonucunda, ölçeğin faktör yapıları ideal olarak modeli desteklemektedir.

Çalışmadan elde edilen uyum indekslerine bakıldığında,  $\chi^2=398.32$ ,  $df=234$ ,  $\chi^2/df=1.70$ ,  $RMSEA=0,049$ ,  $SRMR=0,057$ ,  $GFI=0,90$ ,  $CFI=0,95$ ,  $IFI=0,95$ ,  $NNFI=0,94$  (Model 2), modelin veriye iyi düzeyde uyum gösterdiği belirlenmiştir.

SKKÖ'nin 6 faktör altında toplanmış 24 maddeden oluşan yapısının geçerliliği DFA ile doğrulanmıştır. Tüm maddeler uygun görüldüğü faktörler altında kabul edilebilir sınırlar içerisinde yerleşmiştir. Maddelerin katsayıları 0.43 ile 0.95 arasında; çoklu korelasyon karesi değerleri 0.19 ile 0.90 arasında değiştiği ve tüm değerlerin anlamlı olduğu görülmektedir ( $p<0.01$ ).

Seyircilerin futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen faktörler arasında en önemli etkiye sahip olarak Tuttuğum Takım (TT) faktörünün bulunması, ve Rakip Takım (RT) faktörünün, seyircilerin futbol müsabakalarına katılım kararı üzerinde en az etkiye sahip olan faktör olarak bulunması, Gençer ve Aycan (2008)'in seyirci katılım kararı ile ilgili önceki çalışmalarının bulgularını desteklemektedir.

Sonuç olarak bu çalışmadan elde edilen bulgular, SKKÖ'nin kullanılabilirliği ile ilgili olumlu yönde daha net sonuçlar ortaya koymuştur. SKKÖ, özellikle ülkemizde önemi her geçen gün daha iyi anlaşılan spor yönetimi alanı içerisinde yer alan pazarlama çabalarında, seyirci davranışları ile ilgili çalışmalarda kullanılabilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek olarak dikkat çekmektedir.



#### KAYNAKLAR (REFERENCES)

- Chau, P.Y.K., (1997). Reexamining a model for evaluating information success using a structural equation modeling approach. *Decision Sciences*, 28 (2), pp: 309-334.
- Cunningham, G.B. and Kwon, H., (2003). The theory of planned behavior and intentions to attend a sport event. *Sport Management Review*. 6 (2), pp: 127-145.
- De Schriver, T. and Jensen, P.E., (2002). Determinants of spectator attendance of NCAA division in football contests. *Journal Of Sport Management*, 16 (4), pp:311-330.
- Funk, D.C., Mahony, D.F., and Ridinger, L.L., (2002). Characterizing Consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the sport interest inventory (SII) To Explain Level Of Spectator Sport". *Sport Marketing Quarterly*, 11 (1), pp:33-43.
- Gençer, R.T. ve Aycan A., (2008). Seyircilerin profesyonel futbol müsabakalarına katılım kararını etkileyen değişkenler üzerine bir inceleme. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), pp: 771-783.
- Greenwell, T.C., Fink, J.S., and Pastore, D.L., (2002). Assessing the influence of The physical sports facility on customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Management Review*, 5, pp: 129-148.
- Hill, B. and Green, B.C., (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*, 3, pp: 145-162.
- Hu, L. and Bentler, P.M., (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6 (1): 1-55.
- Hubert, G., (2003). *Statistical analysis of management data*. p.44, New York: Kluwer Academic Publishers.
- Kelloway, E.K., (1998). Using lisrel for structural equation modeling. p.27-28, California: Sage Publications.
- Kelly, S.W. and Turley, L.W., (2001). Consumer perceptions on service quality attributes at sporting event. *Journal Of Business Research*, 54, pp: 161-166.
- Lascu, D., Giese, T., Toolan, C., Guehring, B., and Mercer, J., (1995). Sport involvement: a relevant individual difference factor in spectator sports. *Sports Marketing Quarterly*, 4 (4), pp:41-46.
- Laverie, D.A. and Arnett, D.B., (2000). Factors affecting fan attendance: the influence of identity salience and satisfaction. *Journal Of Leisure Research*, 32 (2), pp: 225-246.
- Leeds, M. and Allmen, P., (2004). *The Economics of Sports. in the business of sports*, pp:361-366. Edt. Scott Rosner ve Kenneth L. Shropshire, Sudbury, MA: Jones & Barlett Publisher.
- Mullin, B. J., Hardy, S. and Sutton, W.A., (2000). *Sport Marketing*. 2nd Ed. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Trail, G.T., Anderson, D.F., and Fink, I.S., (2000). A theoretical model of sport spectator consumption behavior. *International Journal of Sport Management*, 1, pp: 154-180.
- Trenberth, L. and Garland, R., (2007). *Sport and consumer buying behavior*. Beech And Chadwick (Eds).The Marketing Of Sport. Harlow: Prentice Hall.



- Shank, M.D., (1999). Sport Marketing: A Strategic Perspective. New Jersey: Prentice Hall.
- Wann, D.L., (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. The Journal Of Sport And Social Issues, 19, pp: 377-396.
- Wakefield, K.L., Blodgett, J.G., and Solan, H.J., (1996). Measurement and the management of the servicescape. Journal Of Sport Management, 10 (1), pp:15-31.
- Wakefield, K.L. and Sloan, H.J., (1995): The effects of team loyalty and selected stadium factors on spectator attendance. Journal Of Sport Management, 9 (2), pp: 153-172.
- Zhang, J.J., Lam, E.T.C., Bennett G., Connoughton, D.P., (2003) Confirmatory factor analysis of the spectator decision-making inventory (SDMI). Measurement in Physical Education and Exercise Science 7 (2), pp.57-70.
- Zhang, J.J., Pease, D.G., Hui, S.C., and Michaud, T.J., (1995). Variables affecting the spectator decision to attend NBA games. Sport Marketing Quarterly, 4 (4), pp: 29-39.
- Zhang, J.J., Pease, D.G., Lam, E.T.C., and Bellerive, L.M., Pham, U.L., Williamson, D.P. and Lee J.T. (2001). Sociomotivational factors affecting spectator attendance at minor league hockey games. Sport Marketing Quarterly, 10 (1), pp: 43-54.