Otel Misafirperverliği Algısının Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi:
Yabancı Turistler Üzerine Bir Araştırma

The Impact of the Hotel Hospitality on the Customer Satisfaction: A Research on Foreign Tourists

Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK
Mardin Artuklu Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcililik
Yüksekokulu, Mardin, Türkiye

Sadık SERÇEK
Dicle Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Diyarbakır, Türkiye

Özet
Günümüz işletmeleri hem global hem de ulusal pazarda faaliyet gösterirlerken çok yoğun bir rekabetle karşı karşıya kalmaktadırlar. Müşteri memnuniyetini sağlamak ve bunun sürekliliği için hedef pazardaki yeni gelişmeleri sürekli takip eden işletmeler varlıklarını pozitif ve güçlü bir şekilde sürdürebilmektedir. Otel misafirperverliği algısının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet alı düzeylerini tespit etmek amacıyla yapılan bu çalışmada, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşteri

Anahtar Kelimeler: Otel misafirperverliği, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi.

Abstract

Today's businesses are faced with intense competition while operating in both global and national markets. Businesses that can provide customer satisfaction and continuously follow the new developments in the target market for their continuity can keep their assets positive and strong. The aim of this study to determine the impact of hotel hospitality perception on customer satisfaction; determine the level of satisfaction perception of hospitality of hotel guests staying in 5 star hotels in Turkey. The measurement tool used in the research was applied to a total of 470 foreign tourists staying in 18 numbers 5 star accommodation in Antalya. Independent T-test, one-way
ANOVA, correlation and regression were used as analysis method as well as descriptive statistics. When the relationship between the factors affecting customer satisfaction is examined; the most influential factor of satisfaction the respect of the guests and food-beverage services; respect for the guests and the satisfaction of food and beverage services to the strongest relationship are “straight from the heart” and the weakest relationship are the "personalization" dimension.

**Keywords:** Hotel hospitality, customer satisfaction, service quality.