

## 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 Otelcilik  
Yüksekokulu, Mardin, Türkiye  
[gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr](mailto:gulserenozaltassercek@artuklu.edu.tr)

**Sadık SERÇEK**

Dicle Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi  
Diyarbakır, Türkiye  
[sadik.sercek@dicle.edu.tr](mailto:sadik.sercek@dicle.edu.tr)

### Özet

Günümüz işletmeleri hem global hem de ulusal pazarda faaliyet gösterirken çok yoğun bir rekabetle karşı karşıya kalmaktadırlar. Müşteri memnuniyetini sağlayabilen 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 çalışmanın amacı, Türkiye’de bulunan 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilerin, otel misafirperverliğine yönelik memnuniyet algı düzeylerini tespit etmektir. Araştırmada kullanılan ölçme aracı Antalya’da bulunan 18 adet 5 yıldızlı konaklama işletmesinde konaklayan toplam 470 yabancı turiste uygulanmıştır. Analiz yöntemi olarak; betimsel istatistiklerin yanında, İlişkisiz (Bağımsız) Örneklemeler t-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), korelasyon ve regresyon yapılmıştır. Müşteri memnuniyetine etki eden faktörler arasındaki ilişki incelendiğinde; memnuniyete en çok etki eden faktörün misafire saygı ve yiyecek-içecek hizmetleri olduğu; konuğa saygıyı ve yiyecek-içecek hizmetlerine yönelik en güçlü ilişkinin “içtenlik” boyutu, en zayıf ilişkisinin “kişiselleştirme” boyutu olduğu belirlenmiştir.

**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.*