

# Algılanan Hizmet Verme Yatkinlığının Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma

**Yrd. Doç. Dr. Şafak ÜNÜVAR**

Selçuk Üniversitesi

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

E-posta: safakunuvar@selcuk.edu.tr

**Arş. Gör. Alaattin BAŞODA**

Selçuk Üniversitesi

Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

E-posta: alabasoda@gmail.com

## Özet

Bu çalışmanın amacı, konaklama işletmelerinde müşterilerle yüz yüze iletişimde bulunan (yiyecek-içecek ve ön büro) işgönerlerin hizmet verme yatkinlığıyla ilgili tüketici algılamalarını test etmek ve algılanan hizmet verme yatkinlığının müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmanın evrenini, Konya'da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin müşterileri oluşturmaktadır. Ancak, evren geniş olduğundan, araştırmada örnekleme yöntemi olarak tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden amaca göre örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve araştırma kapsamına Konya'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin (n=8) müşterileri dâhil edilmiştir (n=215). Araştırmanın yöntemi nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Anket yoluyla elde edilen verileri test etmek için merkezi eğilim ölçüleri (frekans ve yüzde dağılımları, aritmetik ortalama, mod ve standart sapma) ile istatistiksel analiz yöntemleri (korelasyon ve regresyon) kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, konaklama işletmelerinde, müşteriler tarafından algılanan işgönerlerin hizmet verme yatkinlığının müşteri memnuniyetini önemli ve olumlu etkilediği saptanmıştır. Araştırmada ayrıca, müşterilerin ön büro personelini yiyecek-içecek personeline göre hizmet vermeye daha yatkin işgönerler olarak gördükleri ve her iki bölümdeki işgönerlerin sunduğu hizmetten eşit ve yüksek düzeyde memnun kaldıkları belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Verme Yatkinlığı/Tüketici-Hizmet Odaklılık/Hizmet Verme Öneğilimi, Müşteri Memnuniyeti, Konaklama İşletmeleri

## The Effect of the Perceptions of the Employees' Service Orientation on Customer Satisfaction: The Case of the Lodging Industry

### Abstract

The purpose of this study to investigate the impact of hotel guests' perceptions of the frontline employees' service orientation on customer satisfaction. The research population consisted of hotel customers in Konya. Due to the extensity of population, in this study, purposive sampling method was used, and the sample included only the guests (n=215) of four-star and five-star hotels (n=8) in Konya. This research method was based on quantitative research method and frequencies, percents, means, mods, standard deviations and statistically analyses (correlation and regression) were used to analysis the data gathered via surveys. Results showed that the hotel frontline employees' service orientation perceived by hotel guests affected customer satisfaction significantly and positively. In addition, guests evaluated that front-office employees were more service-oriented than the food & beverage employees, and satisfied with both groups' service delivers in equal score.

**Key Words:** Service Orientation/ Customer Orientation/Service Predisposition, Customer Satisfaction, Lodging Businesses

