



Algılanan Hizmet Kalitesi Düzeyine Göre Tez Yemek Restoranlarını Ziyaret Etme Nedenleri: Forum Mersin AVM’de Bulunan Tez Yemek Restoranlarından Hizmet Alan Tüketiciler Üzerine Bir Araştırma (According to the Level of Perceived Service Quality, Reasons to Visit Fast Food Restaurants: A Case of Consumers Get Service From Fast Food Restaurants in Forum Mersin Mall)

*Ferhat ŞEKER^a, Gülser YAVUZ^a, Kamil UNUR^a

^aMersin University, Faculty of Tourism, Çiftlikköy Campus, Mersin/ Turkey.

Anahtar Kelimeler

Alışveriş Merkezi
Restoran Ünitesi
Tez Yemek
Hizmet Kalitesi Algısı
Forum Mersin AVM

Öz

Çalışmanın amacı, alışveriş merkezine gelme nedenlerinin alışveriş merkezindeki tez yemek restoranlarına yönelik algılanan hizmet kalitesi düzeyine göre anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğinin belirlenmesidir. Bu kapsamda SERVPERF hizmet kalitesi ölçeğinden yararlanılarak bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırmada veriler, Forum Mersin Alışveriş Merkezi’nde yemek yiyen kişilerden 13 Şubat-9 Mart 2015 tarihleri arasında yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Toplam 272 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Analizlerde, tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, kümeleme, t-testi ve ki-kare istatistiğinden yararlanılmıştır. Bulgular; araştırmaya katılanların, algılanan hizmet kalitesi düzeyi yüksek ve düşük olmak üzere iki kümeye ayrılabilirliğini ortaya koymaktadır. Hizmet kalitesi algısı yüksek olanlar, alışveriş merkezine yemek yeme nedeniyle daha sık gelirken düşük olanlar ise daha çok alışveriş yapmak veya arkadaşlarıyla görüşmek için alışveriş merkezine gelmektedirler. Diğer taraftan, algılanan hizmet kalitesi düzeyi yüksek olan kişilerin; çoğunlukla erkek ve bekar oldukları, alışveriş merkezinde yemek yeme sıklıklarının haftada bir kez olduğu belirlenmiştir.

Keywords

Shopping Mall
Food Court
Fast Food
Perception of Service Quality
Forum Mersin Mall

Abstract

The aim of this study is to determine whether there is a significant difference between reason for visiting to the mall and perception of service quality level from fast food restaurants in the mall. Within the scope of the study, prepared a questionnaire adapted from the SERVPERF. The data were obtained using face to face interviews, conducted from 13th February through 9th March 2015 on the participants eating in Forum Mersin Mall. In total, 272 usable questionnaires received. In addition to descriptive statistics analysis for the data, cluster analysis, t-test and chi-square test were benefited as data analysis techniques. The findings show that participants can be clustered as high level and low level of perceived service quality. Participants who have higher level of service quality perception visit to the mall with the aim of eating relatively frequent, participant with lower level of perceived service quality make their visit with the aim of shopping or meeting friends. On the other hand, most of the people with high level of service quality perception are men and single, frequency of eating in the mall is once a week.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ferhatseker@mersin.edu.tr (F. Şeker)