



Hizmet Ortamının Otel İmajına Etkisi: Kuşadası'ndaki 5 Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma (The Effect of Servicescape on Hotel Image: A Research in 5 Star Hotels in Kuşadası)

*Vahit ÖZALP^a , Savaş ARTUĞER^a 

^aMuğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Travel Management, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:04.07.2020

Kabul Tarihi:24.08.2020

Anahtar Kelimeler

Hizmet ortamı

İmaj

Otel

Kuşadası

Öz

Bu çalışmanın amacı; hizmet ortamının otel imajı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmanın evreni, 2018 yılı Ağustos-Eylül ayları arasında Kuşadası'ndaki 5 yıldızlı otellerde konaklayan yabancı turistlerden oluşmaktadır. Araştırmada 276 otel müşterisinden veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma, doğrulayıcı faktör analizi, güvenilirlik analizi, korelasyon ve regresyon analizlerden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda, hizmet ortamının otel imajı üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, otellerdeki çevresel koşullar ve dekorun otel imajı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle, otellerdeki ısıtma/soğutma olanakları, müzik, koku, aydınlatma ve kullanılan renkler müşterilerin imaj algılarını olumlu etkilemiştir. Bununla birlikte, mekansal düzen, işaretler ve sembollerin otel imajı üzerinde etkili olmadığı ortaya çıkmıştır.

Keywords

Servicescape

Image

Hotel

Kuşadası

Abstract

The aim of this research; to determine the impact of the servicescape on the image of the hotel. The population of the research consists of foreign tourists staying in 5-star hotels in Kuşadası between August-September 2018. Data were collected from 276 hotel customers. Mean, standard deviation, confirmatory factor analysis, reliability analysis, correlation and regression analysis were used in the analysis of the data obtained. As a result of the research, it has been found that the servicescape has an impact on the image of the hotel. The research found that ambient conditions and decor in hotels have a significant effect on the image of the hotel. In other words, the heating/cooling facilities, music, odor, lighting and the colors in hotels have positively affected the image perception of the customers. However, it has been found that the spatial layout, signs and symbols are not effective on the image of the hotel.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: vahitozalp.048@gmail.com (V. Özalp)

DOI: 10.21325/jotags.2020.636

** Bu makale, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde, Vahit ÖZALP tarafından hazırlanan ve Doç. Dr. Savaş ARTUĞER danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezinden üretilmiştir.