



Restoran Atmosferinin Memnuniyet ve Tekrar Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkisi (The Effect of Restaurant Atmosphere on Satisfaction and Revisit Intention)

* Mehmet POLAT ^a 

^aKahramanmaraş Sütçü İmam University, Vocational School of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, Kahramanmaraş/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 02.09.2022

Kabul Tarihi: 17.10.2022

Anahtar Kelimeler

Restoran atmosferi

Fiziksel çevre

Memnuniyet

Tekrar ziyaret

Dinescape

Öz

Dışarıda yemek yeme kültürü tüm dünyada giderek yaygınlaşmaktadır. Artan taleplere cevap vermek ve karlarını artırmak isteyen restoran işletmeleri sert rekabet koşullarında müşteri memnuniyetine odaklanmaktadır. Müşteri memnuniyeti için önemli bir faktör olan restoran atmosferi sadık müşteri kazanılmasına yardımcı olmaktadır. Bu çalışmanın amacı restoran atmosferinin memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda veriler lüks bir restoranın müşterilerinden online ve yüz yüze anket aracılığı ile toplanmıştır. Araştırmaya 429 müşteri katılmıştır. Veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Sonuçlar restoran atmosferinin birçok alt boyutunun memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde etkisi olduğunu göstermiştir. Restoran atmosferinin genel plan boyutunun memnuniyet üzerinde, aydınlatma boyutunun ise tekrar ziyaret niyeti üzerinde bir etkisi bulunmamıştır. Araştırmadan elde edilen veriler memnuniyet ve tekrar ziyaret niyeti için restoran atmosferinin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu durum restoran işletmecileri ve yöneticileri tarafından dikkate alınması gereken bir sonuçtur.

Keywords

Restaurant atmosphere

Physical environment

Satisfaction

Revisit

Dinescape

Abstract

The culture of eating out is becoming more and more common all over the world. Restaurant businesses that want to respond to increasing demands and increase their profits focus on customer satisfaction under harsh competition conditions. The restaurant atmosphere, which is an important factor for customer satisfaction, helps to gain loyal customers. The aim of this study is to determine the effect of restaurant atmosphere on satisfaction and revisit intention. For this purpose, data were collected from customers of a luxury restaurant through online and face-to-face surveys. 429 customers participated in the research. The data were analyzed with the SPSS program. The results showed that many sub-dimensions of restaurant atmosphere had an effect on satisfaction and revisit intention. The layout dimension of the restaurant atmosphere did not have an effect on satisfaction, and the lighting dimension did not have an effect on the intention to revisit. The data obtained from the research show that restaurant atmosphere is an important factor for satisfaction and revisit intention. This is a result that should be taken into account by restaurant operators and managers.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: polat.m@outlook.com (M. Polat)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1121