IJBEMP
International Journal of Business, Economics and Management Perspectives
Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi
ISSN: 2458-8997

HİZMET KALİTESİNİN TEKRAR ZİYARET NİYETİNE ETKİSİ: KAHRAMANMARAŞ YEDİKUYULAR KAYAK MERKEZİNDE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON THE REVISIT INTENTION: A RESEARCH AT KAHRAMANMARAS YEDIKUYULAR SKI CENTER

DOI: http://dx.doi.org/10.29228/ijbemp.50934

Mehmet POLAT

Özet

Literatürde hizmet kalitesi ve tekrar ziyaret niyeti arasında bir ilişki olduğunu kanıtlayan çalışmalar bulunmaktadır. Tekrar ziyaret etme hem turizm işletmeleri için hem de ülkelerin turizm hedeflerine ulaşması için oldukça önemlidir. Bu çalışma kayak merkezlerindeki hizmet kalitesi algıları ile tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır. Bu bağlamda ülkede yeni sayılan Kahramanmaraş yedikuyular kayak merkezi çalışma alanı olarak seçilmiştir. Araştırma 2019-2020 kış sezonunda yapılmıştır. Online anket yöntemi ile 456 ziyaretçiden toplanan veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, hizmet kalitesinin bazı boyutlarının tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bulgular ilgili alanda daha önce yapılan araştırma sonuçları ile uyum sağlamaktadır. Türkiye'de kış turizmi henüz tam olarak gelişmemiştir ancak gelişmeye devam etmektedir. Kahramanmaraş yedikuyular kayak merkezinin bu gelişmeye önemli ölçüde katkıda bulunacak potansiyeli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle karar vericilerin kayak merkezinin hizmet kalitesinin artırılmasına odaklanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler

Hizmet kalitesi, Tekrar ziyaret niyeti, Kahramanmaraş yedikuyular kayak merkezi

Abstract

There are studies in the literature that prove a relationship between service quality and revisit intention. Revisit is very important for both tourism businesses and countries to reach their tourism goals. This study focuses on the relationship between perceptions of service quality and revisit intention in ski centers. In this context, Kahramanmaras yedikuyular ski center, which is considered to be new in the country, has been selected as the research area. The research was carried out in the winter season of 2019-2020. The data collected from 456 visitors by online survey method, were analyzed using the SPSS program. The results show that some dimensions of service quality have a positive and significant effect on the revisit intention. The findings comply with the results of previous research in the relevant field. Winter tourism has not fully developed in Turkey yet, but it continues to evolve. It is thought that the Kahramanmaras yedikuyular ski center has the potential to contribute significantly to this development. Therefore, decision makers should focus on improving the service quality of the ski center

Keywords

Service quality, Revisit intention, Kahramanmaras yedikuyular ski center

References

Akkılıç, M. E., & Varol, İ. (2016). Turistlerin Hizmet Kalitesi Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19(36–1), 3–19. https://doi.org/https://doi.org/10.31795/baunsobed.662146

Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Markata, D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. Managing Service Quality: An International Journal, 12(4), 224–231. https://doi.org/10.1108/09604520210434839
Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaberi, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 27(2), 191–207. https://doi.org/10.1108/APJML-12-2013-0159
Ayaz, N., & Apak, Ö. C. (2017). Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Seyahat Memnuniyetleri. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (Özel Sayı), 79–94.
Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. Annals of Tourism Research, 27(3), 785–804. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5
Tam metne ulaşmak ve tüm referansları görmek için tıklayın.