



## Resort Otel Deneyiminin Turist Memnuniyeti ve Sadakati Üzerindeki Etkileri\*\* (The Effects of Resort Hotel Experience on Tourist Satisfaction and Loyalty)

\* Ahmet UŞAKLI <sup>a</sup> , Yüksel ÖZTÜRK <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Boğaziçi University, School of Applied Sciences, Department of Tourism Administration, Istanbul/Turkey

<sup>b</sup> Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Ankara/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 09.09.2021

Kabul Tarihi: 26.12.2021

### Anahtar Kelimeler

Turist deneyimi

Memnuniyet

Sadakat

Resort oteller

### Öz

Bu çalışmanın amacı, resort otel konaklama deneyiminin, turist memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkilerini tespit etmektir. Kolay ulaşılabilir ve kota örnekleme yöntemleri birlikte kullanılarak; Antalya, Muğla, Aydın ve İzmir destinasyonlarındaki beş yıldızlı resort otellerde konaklayan toplam 1070 yerli ve yabancı turist üzerinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler, kovaryans tabanlı yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, resort otel konaklama deneyimlerinin; 1) fiziksel olanaklar, 2) konfor, 3) tasarım ve çevre, 4) profesyonellik, 5) ilgi, 6) misafirler arası etkileşim olmak üzere altı boyuttan oluştuğunu göstermektedir. Resort otel konaklama deneyimini oluşturan altı boyutun da turist memnuniyetini olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Ancak yalnızca son üç boyutun (profesyonellik, ilgi ve misafirler arası etkileşimi), turist sadakati üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları, resort otel deneyimi ile turist sadakati arasındaki ilişkide, turist memnuniyetinin aracılık rolü oynadığını desteklemektedir.

### Keywords

Tourist experience

Satisfaction

Loyalty

Resort hotels

### Abstract

The purpose of this study is to examine the effects of resort hotel experience on tourist satisfaction and loyalty. Using both convenience and quota sampling methods, a total of 1070 useable questionnaires were collected from domestic and foreign tourists staying at five-star resort hotels in top resort destinations of Turkey (i.e., Antalya, Muğla, Aydın, and İzmir). To analyze the data, covariance-based structural equation modeling was performed. The study revealed that resort hotel experiences are six-dimensional: 1) physical facilities, 2) comfort, 3) design and environment, 4) professionalism, 5) attentiveness and 6) guest interaction. The results indicate that all six dimensions of resort hotel experience positively influence tourist satisfaction. Nevertheless, only the latter three dimensions (i.e., professionalism, attentiveness, and guest interaction) were found to have statistically significant effects on tourist loyalty. The study also supports the mediating role of tourist satisfaction on the relationship between resort hotel experience and tourist loyalty.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: ahmet.usakli@boun.edu.tr (A. Uşaklı)

DOI: 10.21325/jotags.2021.923

\*\*Bu çalışma, Ahmet Uşaklı'nın Prof. Dr. Yüksel Öztürk danışmanlığında, Gazi Üniversitesi'nde tamamladığı "Turistik Tüketici Deneyimi: Beş Yıldızlı Resort Otellerde Bir Uygulama" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.