

Konaklama Tesislerinde Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyetine Etkisi (The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Accommodation Facilities)

* Yunus DOĞAN ^a 

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Mersin/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 29.07.2023

Kabul Tarihi: 12.09.2023

Anahtar Kelimeler

SERVQUAL hizmet kalitesi

Müşteri memnuniyeti

Konaklama tesisleri

Öz

SERVQUAL hizmet kalitesi ölçeği, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir modeldir. Bu model, müşterilerin hizmet kalitesi ile ilgili beklentilerini ve algılarını ölçerek işletmelerin müşteri memnuniyeti sağlamak için neler yapması gerektiğini belirlemelerine yardımcı olur. Bu çalışmanın amacı, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisini SERVQUAL ölçeği ile incelemektir. Bu amaç doğrultusunda İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin hizmetlerinden yararlanan 415 kişiye ulaşılarak anket tekniği aracılığıyla veriler toplanmıştır. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerine, konaklama hizmetlerinde sunulan hizmetlerin kalitesine ve müşteri memnuniyetine ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilere uygun analiz programları kullanılarak güvenilirlik, geçerlilik, doğrulayıcı faktör analizi ve çoklu doğrusal regresyon testleri yapılmıştır. Uygulanan bu analizlere göre servqual hizmet kalitesinin her bir boyutunun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empati) müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

SERVQUAL service quality

Customer satisfaction

Accommodation facilities

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

The servqual service quality scale is a commonly used model to evaluate the service quality of businesses operating in the service sector. This model assists businesses in determining what they need to do to ensure customer satisfaction by measuring customers' expectations and perceptions regarding service quality. The aim of this study is to examine the impact of service quality on customer satisfaction in accommodation facilities using the Servqual scale. To achieve this goal, data was collected through a survey administered to 415 individuals who had utilized the services of accommodation establishments in the province of Izmir, Turkey. The survey included statements related to participants' demographic characteristics, the quality of services provided in accommodation, and customer satisfaction. The data obtained from the survey was subjected to appropriate analysis methods, including reliability, validity, confirmatory factor analysis, and multiple regression tests. According to the results of these analyses, it was found that each dimension of Servqual service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) has a positive impact on customer satisfaction.

* Sorumlu Yazar

E-posta: yunus.dogan23@hotmail.com (Y. Doğan)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1278

GİRİŞ

SERVQUAL modeli, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir modeldir. Bu model, hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ile nasıl ilişkilendirileceğini anlamak için tasarlanmıştır. SERVQUAL ölçeği, beş farklı boyutta hizmet kalitesini ölçmektedir. Bu boyutlar; fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empatidir (Gavahi vd., 2023: s.1652). SERVQUAL ölçeğinde belirlenen her bir boyut için müşteri beklentileri ve algıları ölçülerek aradaki fark hesaplanır. Elde edilen bulgulara göre ortaya çıkan sonuç negatif ise müşterilerin beklentileri karşılanmadığı dolayısıyla da hizmet kalitesinin düşük olduğu sonucuna ulaşılabilir. Ancak elde edilen bulguların pozitif çıkması durumunda ise, müşterilerin beklentileri karşılandığı dolayısıyla da hizmet kalitesinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir (Ong vd., 2023: s.3). Bu kapsamda konaklama tesisleri müşteri memnuniyetini artırmak istiyorsa hizmet kalitesini yukarıdaki beş boyut çerçevesinde geliştirmesi ve müşterilerin beklentilerini aşması gerekmektedir. Müşteri memnuniyet düzeyleri yüksek olan müşteriler, işletmeye tekrar ziyaret etmeyi tercih ederek o işletmede sunulan hizmetlerden yeniden yararlanma eğilimi gösterirler. Ayrıca müşteri memnuniyeti yüksek olan bireylerin işletmeye karşı edindikleri olumlu tecrübelerini yakın çevreleriyle ve sosyal medya hesaplarından paylaşarak işletmeye yeni müşteriler kazandırması, işletmenin rekabet etme düzeyini arttıracaktır.

Konaklama tesisleri, SERVQUAL ölçeği ile müşteri memnuniyetini artırmak için hangi alanlarda iyileştirme yapmaları gerektiğini belirleyebilirler. Örneğin, güvenilirlik boyutu, işletmelerin tesislerini ve hizmetlerini sürekli olarak güncellemesi gerektiğini gösterirken empati boyutu ise çalışanların müşterilere yardımcı olmak için daha empatik ve anlayışlı olmaları gerektiğini göstermektedir (Hoque vd., 2023: s.256). Bu bakış açısından hareketle SERVQUAL ölçeğinin konaklama tesislerinin hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini incelemek için kullanışlı bir araç olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bu kapsamda konaklama işletmeleri SERVQUAL ölçeğini kullanarak müşteri memnuniyetini artırmak için hangi alanlarda iyileştirme yapmaları gerektiğini belirleyebilirler. Bu çalışmanın amacı, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisini servqual ölçeği ile incelemektir. Bu amaç doğrultusunda yapılan literatür araştırmasında hizmet kalite algısı ile müşteri memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Asubonteng vd., 1996; Bhat, 2012; Sevilmiş, 2015; Fettahlıoğlu vd., 2016; Masrurul, 2019; Gümüş & Onurlubaş, 2020). Ancak İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmadığından bu çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir. Hizmet sektöründe rekabetin arttığı, müşteri sadakatının önem kazandığı bir dönemde, hizmet kalitesinin işletmeler için kritik bir faktördür. Bu kapsamda yapılan bu çalışma ile İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin hizmet kaliteleri SERVQUAL ölçeği ile ölçülmüş, sunulan hizmetlerden müşterilerin memnuniyet düzeyleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışma, literatürdeki boşluğu gidermesinin yanında ileride yapılacak çalışmalara yönelik çıkarım ve önerilerde bulunmayı ve konaklama tesislerine yönelik önerilerde bulunmayı amaçlaması açısından önemlidir.

Kavramsal Çerçeve

Servqual Hizmet Kalitesi Ölçeği

Hizmet kalitesi, bir hizmetin müşterilere sunulma şekli ve müşteriler tarafından algılanan değerini ifade eden bir kavramdır. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin başarısı ve sürdürülebilirliği, sundukları hizmetin kalitesini önemli ölçüde etkilemektedir (Abdulla vd., 2020: s.2318). Ayrıca hizmet kalitesi; müşteri tatmini, müşteri

sadakati, itibar gibi önemli faktörleri etkileyerek işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktadır. Bu bakış açısından hareketle hizmet kalitesi, müşteri beklentileriyle gerçekleşen hizmet deneyimi arasındaki uyumu ifade etmektedir (Lari vd., 2020: s.405). Eğer bir hizmet, müşteri beklentilerini karşılar veya beklentilerini aşarsa o hizmet yüksek kaliteli olarak kabul edilir. Diğer taraftan müşteri beklentilerini karşılamayan veya beklentilerin altında kalan bir hizmet, düşük kaliteli olarak algılanır.

SERVQUAL ölçeği, hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan bir ölçek ve modeldir. 1988 yılında A. Parasuraman, Valarie Zeithaml ve Leonard Berry tarafından geliştirilmiştir. Servqual hizmet kalite ölçeği, müşterilerin hizmet deneyimleri ile beklentileri arasındaki farkları değerlendirerek hizmet kalitesini ölçmeyi amaçlamaktadır (Li vd, 2021: 1263). Bu ölçek, birçok farklı sektörde ve hizmet türünde kullanılmış ve yaygın bir şekilde kabul görmüştür. Müşterilerin algıladığı hizmet kalitesini değerlendirmek için SERVQUAL ölçeği beş boyuttan oluşmuştur (Bhat, 2012; Fettahlıoğlu vd, 2016; Masrurul, 2019; Daşkın vd., 2023).

- Fiziksel özellikler (Physical Properties): Hizmetin fiziksel çevre ve görünümüyle ilgili faktörleri değerlendirmektedir.
- Güvenilirlik (Reliability): Çalışanların güvenilir bir şekilde hizmet sunma ve taahhütlerini yerine getirme yeteneğini değerlendirir.
- Sorun Çözme (Responsiveness): Çalışanların hızlı ve etkili bir şekilde müşteri taleplerine ve sorunlarına cevap verme yeteneğini değerlendirir.
- Güven (Assurance): Çalışanların uzmanlık ve bilgi düzeyi ile müşterilere güven ve içtenlikle yaklaşma yeteneğini değerlendirir.
- Empati (Empathy): Çalışanların müşterilere karşı anlayışlı, dikkatli ve duyarlı bir tutum sergileme yeteneğini değerlendirir.

SERVQUAL ölçeği, her bir boyut için algılanan hizmet kalitesi ve beklenen hizmet kalitesi arasındaki farkı ölçerek müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini değerlendirmektedir (Rahahleh vd., 2020: s.2761). Aradaki farkın olumlu yönde olması, müşterilerin hizmetten memnun olduğunu ve beklentilerini karşılandığını gösterirken, olumsuz olması durumu ise müşteri memnuniyetsizliğini ifade etmektedir (Tabaeian vd., 2022: s.5). Bu kapsamda SERVQUAL ölçeği çalışanların zayıf yönlerini belirlemelerine ve hizmet kalitesini geliştirmelerine yardımcı olan önemli bir araç olarak kabul edilmektedir.

Hizmet Kalitesi ve Müşteri Memnuniyeti İlişkisi

Kotler ve Keller (2006) müşteri memnuniyeti kavramını, müşterinin satın alma öncesindeki beklentileri ile satın alma sonrasındaki algıladığı performans arasındaki farka gösterdiği tepki olarak tanımlamışlardır. Nitekim hizmet kalitesi, tüketicinin hizmet almadan önce ve hizmet sırasındaki beklentileri ve hizmet sonrasında algıladığı hizmet kalitesi ile ilgilidir (Zun vd., 2018: s.418). SERVQUAL ölçeğinin alt boyutlarından olan fiziksel özellikler; fiziksel çevre, ekipman ve materyallerle ilgili hizmet sunumuyla ilgili faktörleri içermektedir. Örneğin, binanın dış görünümü, iç tasarım, ekipmanların kalitesi, malzemelerin kullanımı gibi unsurlar fiziksel özellikler alt boyutuna örnek olarak verilebilir (Wailmi & Tamam, 2022: s.356). Diğer taraftan insanlar, çevrelerini algılayarak, gözlemleyerek ve dokunarak deneyimler. Bu nedenle konaklama tesislerinin fiziksel özellikleri, müşteri algılamalarını ve değerlendirmelerini etkileyebilmektedir. Eğer bir hizmetin fiziksel özellikleri müşterileri, olumsuz

yönde etkilerse müşterilerin memnuniyetsizlikleri artabilir (Park & Jeong, 2019: s.5). Örneğin, bir otelin odaları kötü durumda veya kirliyse müşterilerin konaklama deneyimleri olumsuz etkilenebilir ve bu da düşük memnuniyetle sonuçlanabilir. Gümüş ve Onurlubaş (2020) yaptıkları çalışmada hizmet kalitesinin alt boyutlarından fiziksel özelliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Bhat (2012) turizm sektöründe servqual hizmet kalitesinin her bir boyutunun ayrı ayrı incelediği çalışmasında fiziksel özellikler boyutunun müşteri memnuniyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Bu doğrultuda araştırmada şu hipotez geliştirilmiştir:

H1: Konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin alt boyutlarından fiziksel özelliklerin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

SERVQUAL ölçeğinin güvenilirlik boyutu, müşterilere vaat edilen hizmetlerin güvenilir bir şekilde ve hatasız bir biçimde sunulmasıyla ilgili unsurları değerlendirir. Güvenilirlik, bir hizmetin zamanında ve doğru bir şekilde sunulmasını, söz verilenlerin yerine getirilmesini ve güvenilir olmayan hatalı uygulamalardan kaçınılmasını içermektedir. (Han vd., 2021: s.3). Asubonteng vd. (1996) tekrar ziyaret etme niyeti ile müşteri memnuniyeti arasında ilişkiyi SERVQUAL ölçeğini kullandıkları çalışmalarında güvenilirliğin müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Babakus ve Boller (1992) SERVQUAL ölçeğinin ampirik bir değerlendirmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmada hizmet kalitesinin alt boyutlarından güvenilirliğin müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu doğrultuda araştırmada şu hipotez geliştirilmiştir:

H2: Konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin alt boyutlarından güvenilirliğin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

SERVQUAL ölçeğinin sorun çözme boyutu, konaklama tesislerinde çalışanların müşterilere istekli bir şekilde yardımcı olma, içtenlik ve samimiyet gösterme, müşterilere karşı olumlu bir tavır sergileme gibi davranışlarını değerlendirir. Ayrıca bu boyut, müşterilerin çalışanlarla olan etkileşimlerini ve hizmet sunumuna duygusal olarak bağlılık derecesini değerlendirir (Surahman vd, 2020: s.47). Gümüş ve Onurlubaş (2020) yaptıkları çalışmada hizmet kalitesinin alt boyutlarından güvenilirliğin müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan Raza vd. (2020) internet bankacılığı hizmet kalitesinin e-müşteri memnuniyeti ve sadakatini e-servqual modeli ile tespit etmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada sorun çözme boyutunun müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bunun yanında Shafiq vd. (2019), Y kuşağının Malezya'daki otelcilik endüstrisine yönelik memnuniyetini belirlemek için SERVQUAL ölçeğini kullanmışlar ve sorun çözme boyutunun müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu doğrultuda araştırmada şu hipotez geliştirilmiştir:

H3: Konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin alt boyutlarından sorun çözmenin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

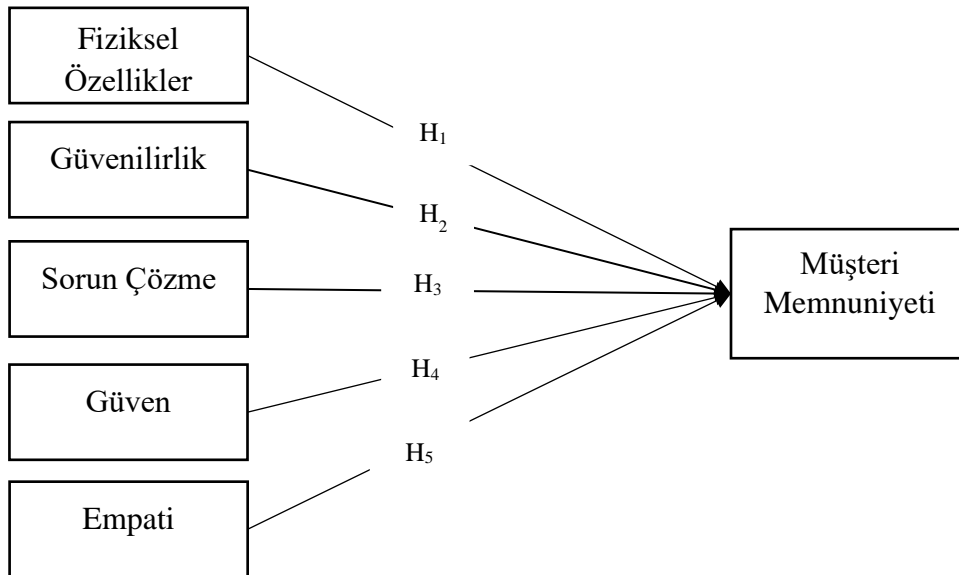
SERVQUAL ölçeğinin güven boyutu, müşterilerin konaklama tesislerinde çalışan personele güven duyma ve güvenilirlik algısını değerlendirmektedir. Güven boyutu, çalışanların güvenilir, dürüst ve söz verdiği taahhütleri yerine getirme konusundaki yeteneğini ve performansını kapsamaktadır (Akbar vd., 2020: s.21). Surahman vd. (2020) Badung Regency bölgesindeki turizm köylerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti aracılığıyla müşteri sadakatine etkisini ölçmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada güven boyutunun müşteri memnuniyetini etkilediği

sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Koç (2020) kadınların turizm sektöründeki başarılarının müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi perspektifinden değerlendirdiği çalışmasında hizmet kalitesini oluşturan güven faktörünün müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu doğrultuda araştırmada şu hipotez geliştirilmiştir:

H4: Konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin alt boyutlarından güvenin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

SERVQUAL ölçeğinin empati boyutu, konaklama tesislerinde çalışanların müşteri ihtiyaçlarını anlama ve müşteriye karşı duyarlı bir şekilde anlayış gösterme yeteneğini değerlendirmektedir. Empati, müşteri ile konaklama tesislerinde çalışanlar arasında olumlu bir ilişki kurulmasına yardımcı olarak müşteri memnuniyetini etkilemektedir (Wailmi & Tamam, 2022: s.356). Kerdpitak (2022) kültür turizmi işletmelerinde yenilikçi yönetim, dijital pazarlama, hizmet kalitesi ve tedarik zinciri yönetiminin performans üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada empatinin tedarik zinciri performansı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Gümüş ve Onurlubaş (2020) yaptıkları çalışmada hizmet kalitesinin alt boyutlarından empatinin müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Diğer taraftan Masrurul (2019), Bangladeş turizm endüstrisinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada empatinin müşteri memnuniyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Bu doğrultuda araştırmada şu hipotez geliştirilmiştir:

H5: Konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin alt boyutlarından empatinin müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

YÖNTEM

Bu çalışma, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin servqual ölçeği ile incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan araştırma modeli, nicel yöntemler kullanılarak test edilmiş olup söz konusu çalışma açıklayıcı bir araştırma niteliğindedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de faaliyet gösteren bütün konaklama tesisleri oluşturmakta iken örneklemini ise İzmir ilindeki konaklama tesislerinden hizmet satın alan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini olarak İzmir ilinin seçilmesinin sebebi, İzmir ilinin hem turizm varlıkları açasından zengin olması hem de destinasyon yönetimi açasından önemli bir pozisyona sahip olmasıdır. Ayrıca İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden hizmet alan kişilerin sayısına ilişkin herhangi bir veri bulunmamaktadır. Bu kapsamda örneklem sayısının tam olarak belirlenemediği durumlarda 384 örneklem sayısının evreni nitelik ve nicelik yönünden temsil edeceği çeşitli kaynaklarda belirtilmektedir (Altunışık vd., 2012; İslamoğlu & Alnıaçık, 2016). Bu kapsamda İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden hizmet satın alan kişilerden toplanan 415 adet anket araştırmanın örneklemini temsil etmektedir.

Verilerin Toplanması ve Ölçekler

Araştırmada ölçüm aracı olarak kullanılan anket formu temel olarak üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özelliklere ilişkin sorular; ikinci bölümde SERVQUAL Ölçeği; üçüncü bölümde ise Müşteri Memnuniyeti Ölçeği ile ilgili ifadeler yer almaktadır. SERVQUAL Ölçeği ifadeleri, Fettahlıoğlu, Polat ve Demir’in (2016) çalışmasından yararlanılarak konaklama tesislerine uyarlanmıştır. SERVQUAL Ölçeğinde fiziksel özellikler boyutu 3, güvenilirlik boyutu 3, sorun çözme boyutu 2, güven boyutu 4, empati boyutu 4 olmak üzere toplam 16 ifade yer almıştır. Diğer taraftan konaklama tesislerinden hizmet satın alan müşterilerin memnuniyeti ölçmek için tek boyut altında ele alınan ve 4 ifadeden oluşan Sevilmiş’in (2015) çalışmasından yararlanılmıştır. Anket çalışması kapsamında yer alan her bir ifadeyi katılımcıların 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında puanlamaları istenmiştir.

Google formlar üzerinden oluşturulan anket formunun bağlantı adresi katılımcılara sanal ortamlardan ulaştırılarak toplamda 475 tane anket toplanmıştır. Araştırmanın amacı kapsamında sadece İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin hizmetlerinden yararlanan kişiler araştırmaya dâhil edileceğinden, İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin hizmetlerinden yararlanmayan 60 katılımcıdan toplanan anket analiz dışı bırakılarak toplamda 415 anket değerlendirmeye alınmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden yararlanan ve anket formuna ulaşan herkesin anketi doldurulması sağlanmıştır. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi, Mersin Üniversitesi Etik Kurulu 04/07/2023 tarihi ve 148 karar/sayı numarası ile alınmıştır. Diğer taraftan araştırma kapsamında kullanılan ölçüm ifadeleri aşağıdaki Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Ölçüm İfadeleri

Kavramlar	Yazarlar	Oluşturulan İfadeler	Kullanılan İfadelerin Amacı
Servqual Hizmet Kalitesi	Fettahloğlu, Polat ve Demir (2016)	<p>FÖ: Fiziksel Özellikler Konaklama tesislerinde kullanılan eşyalar modern görünümlüdür. Konaklama tesislerinin kullanım alanları görsel olarak çekicidir. Konaklama tesislerinin hizmetle ilgili materyalleri yeterli düzeydedir.</p> <p>GLK: Güvenilirlik Konaklama tesislerinde herhangi bir şey, belirli bir zamanda yapılmasına söz verildiğinde yapılır. Bir müşterinin herhangi bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için her türlü çaba gösterilir. Hizmetler söz verilen saatlerde yapılır.</p> <p>SÇ: Sorun Çözme Konaklama tesisleri personeli müşterilere sunduğu hizmette dakiktir. Konaklama tesisleri personeli müşterilere yardımcı olmak için her zaman isteklidir.</p> <p>GVN: Güven Konaklama tesisleri personelinin davranışları müşterilerde güven uyandırır. Müşteriler otelde kaldıkları süre boyunca kendilerini güvende hisseder. Konaklama tesisleri personeli müşterilere karşı her zaman naziktir. Konaklama tesisleri personelinin müşterilerin sorularını yanıtlamak için gerekli bilgiye sahiptir.</p> <p>EMP: Empati Konaklama tesisleri personeli, müşterilere gerekli ilgi ve alakayı gösterir. Konaklama tesisleri personelleri müşterilerle içtenlikle ilgilenen çalışanlara sahiptir. Konaklama tesisleri personeli müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını anlar. Konaklama tesislerinde müşterilerin şikâyet ve önerileri dikkate alınır.</p>	İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden yararlanan kişilerin, İzmir'deki konaklama tesislerinin fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empati durumlarını tespit etmektir.
Müşteri Memnuniyeti	Sevilmiş (2015)	<p>İzmir'deki konaklama tesislerinin genel başarısı iyidir. İzmir'deki konaklama tesislerini arkadaşlarıma ve tanıdıklarıma tavsiye ederim. İzmir'deki konaklama tesislerinde kalmakla doğru karar verdiğimi düşünüyorum. İzmir'deki konaklama tesislerinde kaldığım için şanslı hissediyorum.</p>	İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden yararlanan kişilerin memnuniyet düzeylerini tespit etmektir.

Kaynak: Fettahloğlu vd (2016); Sevilmiş (2015).

Verilerin Analizi

Bu çalışma, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin SERVQUAL ölçeği ile incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda toplanan verilere tanımlayıcı istatistik testler yapıldıktan sonra Fettahloğlu vd.'nin (2016) çalışmalarında kullanılan SERVQUAL ölçeği ile Sevilmiş (2015) çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ve geçerliliğini tespit etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ayrıca SERVQUAL Ölçeğinin her bir boyutunun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empati) müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini tespit etmek için çoklu regresyon analizi yapılarak literatür ışığında belirlenen hipotezler açıklanmıştır.

Bulgular

Demografik Bulgular

Bu çalışma, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin servqual ölçeği ile incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda sorulan tanımlayıcı soruların neticesinde elde edilen verilere ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 2’de gösterilmiştir. Elde edilen demografik verilere göre kadın katılımcıların (201 kişi) erkek katılımcılardan (214 kişi) olduğu yine kadın katılımcıların araştırmanın %48,4’ünü erkek katılımcıların ise %51,6’sını oluşturduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların yaşları incelendiğinde araştırmaya en fazla katılım sağlayan kişilerin 46-55 yaş aralığında olduğu en az katılım sağlayan kişileri 18-25 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Son olarak katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde araştırmaya katılanların büyük bir kısmının 195 kişi ile (%47,0) lisans mezunu olduğu en az katılımcının ise ilköğretim mezunu 11 kişi (%2,7) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Demografik Bulgular

Cinsiyet	N	%
Kadın	201	48,4
Erkek	214	51,6
Toplam	415	100
Yaş		
18-25	15	3,6
26-35	78	18,8
36-45	141	34
46-55	144	34,7
56 ve üzeri	37	8,9
Toplam	415	100
Eğitim Durumu		
İlköğretim	11	2,7
Lise	85	20,5
Önlisans	58	13,09
Lisans	195	47,0
Lisansüstü	66	15,9
Toplam	415	100

Servqual Hizmet Kalitesine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Fettahlıoğlu vd. (2016) tarafından geliştirilen ve turizm alanına uyarlanan SERVQUAL Ölçeğinin yapısal geçerliliği tespit etmek için toplanan verilere Doğrulayıcı Faktör Analizi (KFA) uygulanmıştır. Bu kapsamda SERVQUAL ölçeğine ilişkin ikincil seviye DFA uyum indeksleri aşağıdaki Tablo 3’de gösterilmiştir. DFA analizi ile model uyum indeksleri kontrol edilmiş ve model uyum indekslerinin iyi uyum gösterdiğinden araştırma kapsamında oluşturulan modelin toplanan veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. SERVQUAL Ölçeğine İlişkin İkincil Seviye DFA Uyum İndeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Değerler	Sonuç
CFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,98	İyi uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,98	İyi uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,55	İyi uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,96	İyi uyum
NNFI (TLI)	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,97	İyi uyum
(χ^2/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	2,26	İyi Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,80	0,91	İyi Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,93	İyi Uyum

SERVQUAL Ölçeğine ilişkin faktör yükleri, CR, AVE ve güvenilirlik değerleri aşağıdaki Tablo 4’te gösterilmiştir. Hair vd. (2017) faktör yüklerinin 0.708’ in üzerinde olması gerektiğini belirtmiştir. Tablo 4’deki değerler incelendiğinde, analize dâhil edilen bütün ifadelerin bu 0,70 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca hizmet kalitesini oluşturan boyutların Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde “fiziksel özellikler boyutunun ,822; güvenilirlik boyutunun ,873; sorun çözme boyutunun ,817; güven boyutunun ,881; empati boyutunun ,924” olduğu ve CR katsayılarının da 0.792 ile 0.815 arasında gerçekleşmesi nedeniyle iç tutarlılık geçerliliğinin sağlanmış olduğu kabul edilmiştir. Yapıların faktör yüklerinin 0.71 ile 0.89 arasında, AVE katsayılarının ise 0.575 ile 0.612 arasında gerçekleşmesi birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir.

Tablo 4. SERVQUAL Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri, CR, AVE ve Güvenilirlik Değerleri

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	<i>t</i> değeri	CR	AVE	Cronbach Alpha
FÖ	FÖ1	,717	19,45	0,792	0,575	,822
	FÖ2	,732	18,84			
	FÖ3	,844	17,06			
GLK	GLK1	,811	20,95	0,807	0,609	,873
	GLK2	,847	20,07			
	GLK3	,857	21,46			
SÇ	SÇ1	,772	17,62	0,783	0,593	,817
	SÇ2	,865	18,43			
GVN	GVN1	,873	20,85	0,796	0,607	,881
	GVN2	,825	21,99			
	GVN3	,805	21,07			
	GVN4	,722	17,62			
EMP	EMP1	,892	24,14	0,815	0,612	,924
	EMP2	,866	23,02			
	EMP3	,865	27,24			
	EMP4	,854	23,45			

FÖ: Fiziksel Özellikler, GLK: Güvenilirlik, SÇ: Sorun Çözme, GVN: Güven, EMP: Empati

Müşteri Memnuniyetine İlişkin Doğrulatoryı Faktör Analizi Sonuçları

Sevilmiş (2015) tarafından geliştirilen ve turizm alanına uyarlanan Müşteri Memnuniyeti Ölçeğinin yapısal geçerliliği tespit etmek için toplanan verilere Doğrulatoryı Faktör Analizi (KFA) uygulanmıştır. Bu kapsamda müşteri memnuniyeti ölçeğine ilişkin birincil seviye DFA uyum indeksleri aşağıdaki Tablo 5’te gösterilmiştir. DFA analizi ile model uyum indeksleri kontrol edilmiş ve model uyum indekslerinin büyük bir çoğunluğu iyi uyum gösterdiğinden araştırma kapsamında oluşturulan modelin toplanan veri ile uyumlu ve kabul edilebilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Müşteri Memnuniyetine İlişkin Birincil Seviye DFA Uyum İndeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Değerler	Sonuç
CFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,96	İyi uyum
IFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,91	İyi uyum
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,51	İyi uyum
NFI	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,93	İyi uyum
NNFI (TLI)	$\geq 0,95$	0,94-0,90	0,95	İyi uyum
(χ^2/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	2,96	İyi Uyum
AGFI	$\geq 0,90$	0,89-0,80	0,90	İyi Uyum
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,88	Kabul edilebilir Uyum

Müşteri Memnuniyeti Ölçeğine ilişkin faktör yükleri, CR, AVE ve güvenilirlik değerleri aşağıdaki Tablo 6’da gösterilmiştir. Hair vd. (2017) faktör yüklerinin 0.708’ in üzerinde olması gerektiğini belirtmiştir. Tablo 6’daki değerler incelendiğinde, analize dâhil edilen bütün ifadelerin bu 0,70 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca müşteri memnuniyetini oluşturan ifadelerin Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde ,858 olduğu ve CR katsayılarının da 0.756 ile 0.815 arasında gerçekleşmesi nedeniyle iç tutarlılık geçerliliğinin sağlanmış olduğu kabul edilmiştir. Yapıların faktör yüklerinin 0.71 ile 0.91 arasında, AVE katsayısının ise 0.815 olması birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir.

Tablo 6. Müşteri Memnuniyetine İlişkin Faktör Yükleri, CR, AVE ve Güvenilirlik Değerleri

Boyutlar	İfadeler	Faktör Yükleri	t değeri	CR	AVE	Cronbach Alpha
MM	MM1	,721	15,05	,756	0,815	,858
	MM2	,918	15,51			
	MM3	,745	14,24			
	MM4	,715	13,65			

MM: Müşteri Memnuniyeti

Değişkenler Arası Etkiye Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Bu araştırma kapsamında müşteri memnuniyeti değişkeni bağımlı değişken olarak ele alınırken SERVQUAL hizmet kalite değişkeni ise bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Bu doğrultuda müşteri memnuniyeti ile SERVQUAL hizmet kalite değişkenleri arasındaki korelasyon katsayıları ve varyans şişirme (VIF) değerleri aşağıdaki Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Müşteri Memnuniyeti ile Servqual Hizmet Kalitesi Arasındaki Korelasyon Katsayıları ve VIF Değerleri

	MM	FÖ	GLK	SÇ	GVN	EMP	VIF
MM	1,000						
FÖ	-,261	1,000					1,636
GLK	-,203	,616	1,000				3,246
SÇ	-,110	,473	,687	1,000			2,477
GVN	-,127	,505	,744	,746	1,000		4,868
EMP	-,089	,475	,758	,677	,860	1,000	4,384

MM: Müşteri Memnuniyeti, FÖ: Fiziksel Özellikler, GLK: Güvenilirlik, SÇ: Sorun Çözme, GVN: Güven, EMP: Empati

Sosyal bilimlerde bir sonucu tek bir nedenle açıklamak mümkün olmadığından bağımlı değişken üzerinde etkisi olduğu düşünülen birden fazla bağımsız değişken olabilir. Bu nedenle regresyon analizinde bağımlı değişkenle birden fazla bağımsız değişkenin etkisini inceleyebilmek için çoklu regresyon analizinden yararlanılır (İslamoğlu & Alınacı, 2016). Bu kapsamda aşağıdaki Tablo 8’de müşteri memnuniyeti ile hizmet kalitesi arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizinde SERVQUAL hizmet kalite boyutları (Fiziksel Özellikler, Güvenilirlik, Sorun Çözme, Güven ve Empati) bağımsız değişken olarak ele alınmış olup müşteri memnuniyeti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Araştırma kapsamında kurulan model, müşteri memnuniyetinin %72’sini (R2 Adjusted) açıklamaktadır. Başka bir ifade ile konaklama tesislerinde servqual hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerindeki değişimin % 72’sini açıklamaktadır.

Tablo 8’e göre, servqual hizmet kalitesini oluşturan fiziksel özellikler, güvenilirlik ve güven boyutunun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi negatif yönlü iken; sorun çözme ile empati boyutunun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi pozitif yönlüdür. Analiz sonuçlarına göre, servqual hizmet kalitesini etkileyen fiziksel özellikler

boyutundaki bir birimlik değişim müşteri memnuniyeti üzerinde $-,220$ ($p<0,05$) oranında; güvenilirlik boyutundaki bir birimlik değişim müşteri memnuniyeti üzerinde $-,191$ ($p<0,05$) oranında; güven boyutundaki bir birimlik değişim müşteri memnuniyeti üzerinde $-,077$ ($p>0,05$) oranında değişime neden olmaktadır. servqual hizmet kalitesini etkileyen sorun çözme boyutundaki bir birimlik değişim müşteri memnuniyeti üzerinde $-,054$ ($p>0,05$) oranında; empati boyutundaki bir birimlik değişim müşteri memnuniyeti üzerinde $,190$ ($p<0,05$) oranında değişime neden olmaktadır. Bu nedenle H3 ve H4 hipotezleri reddedilmiş, H1, H2 ve H5 hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 8. Müşteri Memnuniyeti ile SERVQUAL Hizmet Kalitesi Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi Hipotez Test Sonuçları

Test Edilen Yollar	Beta (β)	Sta. Hata	T Değeri	P	Sonuç
FÖ MM	$-,220$	$,149$	$-3,640$	$,000$	Desteklendi
GLK MM	$-,191$	$,051$	$-2,244$	$,025$	Desteklendi
SÇ MM	$,054$	$,063$	$,723$	$,470$	Desteklenmedi
GVN MM	$-,077$	$,058$	$-,734$	$,463$	Desteklenmedi
EMP MM	$,190$	$,086$	$1,916$	$,048$	Desteklendi
R	$,289$		R² (Adjusted)		$,072$
R²	$,083$		F		$71,998$

MM: Müşteri Memnuniyeti, FÖ: Fiziksel Özellikler, GLK: Güvenilirlik, SÇ: Sorun Çözme, GVN: Güven, EMP: Empati

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisini SERVQUAL ölçeği ile incelemektir. Bu amaç doğrultusunda İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinin hizmetlerinden yararlanan 415 kişiye ulaşılarak anket tekniği aracılığıyla veriler toplanmıştır. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerine, konaklama hizmetlerinde sunulan hizmetlerin kalitesine ve müşteri memnuniyetine ilişkin ifadeler bulunmaktadır. Yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen verilere uygun analiz programları kullanılarak güvenilirlik, geçerlilik, doğrulayıcı faktör analizi ve çoklu doğrusal regresyon testleri yapılmıştır. Uygulanan bu analizlere göre servqual hizmet kalitesinin her bir boyutunun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empati) müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan bu çalışma zaman ve mekân kısıtlaması nedeniyle sadece İzmir ilinde faaliyet gösteren konaklama tesislerinden yararlanan kişiler dâhil edilmiş olup bundan sonraki araştırmalarda başka illerde faaliyet gösteren konaklama tesisleri veya başka sektörler de dâhil edilerek çalışma yapılabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Bu çalışma kapsamında konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi, SERVQUAL Ölçeği ile incelenmiştir. Bu çerçevede servqual hizmet kalitesinin her bir boyutun (fiziksel özellikler, güvenilirlik, sorun çözme, güven ve empati) müşteri memnuniyeti üzerinde etkisinin tespiti için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, yapılan çalışmaların bulgularına benzer olarak servqual hizmet kalitesini oluşturan fiziksel özellikler boyutunun (Gümüş & Onurlubaş 2020; Bhat, 2012) güvenilirlik boyutunun (Asubonteng vd, 1996; Babakus & Boller 1992) ve empati boyutunun (Masrurul, 2019) müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak sorun çözme ve güven boyutlarının müşteri memnuniyeti üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan literatür araştırmasında sorun çözme ve güven boyutlarının müşteri memnuniyeti üzerinde herhangi bir etkisi olmamasına yönelik çalışmalar bulunsa da (Surahman vd, 2020; Gümüş & Onurlubaş 2020) bu boyutların müşteri memnuniyetini etkilediği sonucuna ulaşılan çalışmalar da bulunmaktadır.

(Shafiq vd, 2019; Koç, 2020; Raza, 2020). Bu nedenle literatürde görülen bu farklılığı ortaya koyabilecek yeni çalışmalar yapılabilir.

Literatüre Katkılar

Yapılan araştırmanın teorik açıdan literatüre sağladığı ilk katkı, araştırma kapsamında kullanılan SERVQUAL ölçeği (Fettahlıoğlu vd, 2016) ile müşteri memnuniyeti (Sevilmiş, 2015) ölçeklerinin hem güvenilir hem de geçerli olduğunun desteklenmesidir. Diğer taraftan konaklama tesislerinde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisine yönelik olarak oluşturulan bir model çözümlenmiştir. Ayrıca araştırma amacı kapsamında, literatüre bağlı olarak oluşturulan 5 hipotezin geliştirilerek test edilmesinin literatüre önemli bir katkı sağladığı düşünülmektedir.

İşletmelere Yönelik Öneriler

SERVQUAL ölçeği, hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hizmet kalitesini değerlendirmek için yaygın olarak kullanılan bir modeldir. Bu model, müşterilerin hizmet kalitesi ile ilgili beklentilerini ve algılarını ölçerek işletmelerin müşteri memnuniyeti sağlamak için neler yapması gerektiğini belirlemelerine yardımcı olur. Bu kapsamda konaklama tesislerinde sunulan hizmetlerin kalitesini arttırmaya yönelik olarak geliştirilen öneriler şunlardır:

- **Personel Eğitimi ve Yeterliliği:** Çalışanların konuklarla etkileşimi işletmenin imajı için hayati önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışanların güler yüzlü, yardımsever ve profesyonel bir tutum sergilemesini sağlamak için sürekli olarak eğitimler düzenlenmelidir. Bu eğitimler aracılığıyla da çalışanların işletme hakkında bilgi sahibi olmalarını ve müşterilerin taleplerine hızlı ve etkili bir şekilde cevap vermeleri sağlanmalıdır.
- **Temizlik ve Düzen:** Temiz ve düzenli bir ortam, konukların memnuniyetini etkileyen önemli bir faktördür. Bu nedenle konukların ortak kullanabilecekleri alanların ve odaların temiz ve düzenli olması için etkili bir plan oluşturulmalıdır.
- **Konuk İlişkileri ve Geri Bildirim:** Konukların geri bildirimleri dikkate alınmalı ve düzenli olarak müşteri memnuniyetini ölçen araştırmalar yapılmalıdır. Konuklardan elde edilen geri bildirimler sayesinde işletmenin eksiklikleri tespit edilerek hizmet kalitesi iyileştirilebilir.
- **Teknolojik İmkanlar:** Bilgi teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak müşteriler, teknoloji imkanı sağlayan işletmeleri daha fazla tercih etme eğilimi gösterebilirler. Bu nedenle müşterilere ücretsiz internet erişimi, hızlı check-in/check-out seçenekleri ve dijital odalar gibi teknolojik imkanları sunulmalıdır.
- **Kişiselleştirilmiş Hizmetler:** Konukların bireysel ihtiyaçlarına odaklanan kişiselleştirilmiş hizmetler sunulmalıdır. Bu çerçevede konukların özel isteklerine ve ihtiyaçlarına duyarlılık göstererek konukların kendilerini özel hissetmelerini sağlanmalıdır.
- **Restoran ve Yiyecek İçecek Hizmetleri:** Konaklama tesislerinde restoran ve yiyecek içecek hizmetlerinin kalitesi, konukların memnuniyetini etkileyen önemli bir unsurdur. Lezzetli yemekler sunmak, çeşitlilik ve taze ürünler sağlamak konukların olumlu deneyim yaşamasını sağlayacaktır.
- **Erişilebilirlik ve Ulaşım Kolaylığı:** İşletmenin ulaşım konusunda kolay erişilebilir olması veya merkezi bir konumda olması, konukların o işletmeyi tercih etmesini sağlayabilir.

- Çevresel Farkındalık: Sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalara önem gösterilmelidir. Çevre dostu uygulamalar, birçok konuk için önemli bir tercih sebebi olabilir ve işletmenin imajını güçlendirebilir.
- Acil Durum Planlaması: Oluşabilecek acil durumlar için hazırlıklı olunmalıdır. Konukların güvenliğini ve rahatlığını sağlamak için acil durum planlamaları yapılmalı ve personelin herhangi bir acil durum konusunda eğitim alması sağlanmalıdır.

Beyan

Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi, Mersin Üniversitesi Etik Kurulu 04/07/2023 tarihi ve 148 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Abdulla, S., Khalifa, G., Abuelhassan, A., Nordin, B., Ghosh, A., & Bhaumik, A. (2020). Advancement of destination service quality management technology in tourism industry. *Journal of Critical Reviews*, 7 (11), 2317-2324.
- Akbar, F. H., Pasiga, B. D., Samad, R., Rivai, F., Abdullah, A. Z., Awang, A. H. & Pratiwi, D. (2020). The relationship between service quality, culture similarity to satisfaction and loyalty of medical (dental) tourism. *Systematic reviews in pharmacy*, 11(12), 19-30.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (Sakarya Yayıncılık, Sakarya).
- Asubonteng, P., McCleary, K. J. & Swan, J. E. (1996). Servqual revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services marketing*, 10 (6), 62-81.
- Babakus, E., & Boller, G. W. (1992). An empirical assessment of the Servqual scale. *Journal of Business research*, 24 (3), 253-268.
- Bhat, M.A. (2012). Tourism service quality: A dimension-specific assessment of Servqual. *Global Business Review*, 13 (2), 327-337.
- Daşkın, M., Baldiran, Ş., & Pala, K. (2023). The Role of Career Satisfaction on Cooks' Intrinsic Motivation, Work Engagement and Perceived Role-Overload. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 878-893.
- Fettahloğlu, Ö. O., Polat, M. & Demir, S. (2016). Hizmet kalitesinin servqual analizi ile ölçümü: Kahramanmaraş ilinde bir uygulama. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6 (3), 849-860.
- Gavahi, S.S., Hosseini, S. M. H. & Moheimani, A. (2023). An application of quality function deployment and servqual approaches to enhance the service quality in radiology centres. *Benchmarking: An International Journal*, 30 (5), 1649-1671.
- Gümüş, N. & Onurlubaş, E. (2020). Kargo firmalarının hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisinin servqual ölçeği ile incelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 30-46.

- Hair J. F., Hult G. T. M., Ringle C. M., Sarstedt M. & Thiele K. O. (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 45 (5), 616-632.
- Han, J., Zuo, Y., Law, R., Chen, S. & Zhang, M. (2021). Service quality in tourism public health: trust, satisfaction, and loyalty. *Frontiers in psychology*, 12, 731279, 1-10.
- Hoque, U. S., Akhter, N., Absar, N., Khandaker, M. U. & Al-Mamun, A. (2023). Assessing service quality using servqual model: An empirical study on some private universities in bangladesh. *Trends in Higher Education*, 2(1), 255-269.
- İslamoğlu, A. H. & Alınacı, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. 5. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kerdpitak, C. (2022). The effects of innovative management, digital marketing, service quality and supply chain management on performance in cultural tourism business. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 771-778.
- Koc, E. (2020). Do women make better in tourism and hospitality? A conceptual review from a customer satisfaction and service quality perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 21(4), 402-429.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12. Baskı). New Jersey: Prentice Hall.
- Lari, L., Iyanna, S. & Jabeen, F. (2020). Islamic and Muslim tourism: service quality and theme parks in the UAE. *Tourism Review*, 75(2), 402-413.
- Li, Y., Liu, B., Chen, P. & Huan, T.C. (2021). Tourism service providers' physical attractiveness and customers' service quality evaluation: is warmth or competence more important?. *Tourism Review*, 76 (6), 1260-1278.
- Masrurul, M. M. (2019). Impact of service quality on customer satisfaction in Bangladesh tourism industry: an empirical study. *Advances In Management Vol*, 12, 1.
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y.T., Lagura, F.C., Ramos, R.N., Sigua, K.M., Villas, J.A. & Diaz, J. F. T. (2023). Determining tricycle service quality and satisfaction in the Philippine urban areas: A servqual approach. *Cities*, 137, 104339, 1-13.
- Park, J., & Jeong, E. (2019). Service quality in tourism: A systematic literature review and keyword network analysis. *Sustainability*, 11(13), 3665, 1-21.
- Rahahleh, A., Al-Nsour, S., Moflih, M., Alabaddi, Z., Al-Nassar, B. & Al-Nsour, N. (2020). The influence of electronic service quality on relationship quality: Evidence from tourism industry. *Management Science Letters*, 10(12), 2759-2768.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-servqual model. *The TQM Journal*, 32(6), 1443-1466.
- Sevilmiş, A. (2015). Hizmet odaklı spor işletmelerinde dış müşteri memnuniyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi (Master's thesis, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Shafiq, A., Mostafiz, M. I. & Taniguchi, M. (2019). Using Servqual to determine Generation Y's satisfaction towards hoteling industry in Malaysia. *Journal of Tourism Futures*, 5(1), 62-74.

- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7 (1), 46-52.
- Tabaeian, R. A., Yazdi, A., Mokhtari, N. & Khoshfetrat, A. (2022). Host-tourist interaction, revisit intention and memorable tourism experience through relationship quality and perceived service quality in ecotourism. *Journal of Ecotourism*, 1-24.
- Wailmi, K., & Tamam, T. (2022). Tourism during covid19: service quality and location toward customer satisfaction. *International Journal of Education and Social Science Research*, 5 (2), 355-363.
- Zun, A. B., İbrahim, M. I. & Hamid, A. A. (2018). Level of satisfaction on service quality dimensions based on servqual model among patients attending 1 Malaysia Clinic in Kota Bharu, Malaysia, *Oman Medical Journal*, 33(5), 416-422.

The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Accommodation Facilities

Yunus DOĞAN

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Türkiye

Exented Summary

Service quality is a concept that represents the manner in which a service is delivered to customers and the value perceived by customers. The success and sustainability of businesses operating in the service sector are significantly influenced by the quality of the services they provide (Abdulla et al., 2020: p.2318). Additionally, service quality enables businesses to gain a competitive advantage by influencing important factors such as customer satisfaction, customer loyalty, and reputation. From this perspective, service quality signifies the alignment between customer expectations and the actual service experience (Lari et al., 2020: p.405). If a service meets or exceeds customer expectations, it is considered high-quality. On the other hand, a service that fails to meet customer expectations or falls below them is perceived as low-quality.

The Servqual scale is a measurement and model used to assess service quality. It was developed in 1988 by A. Parasuraman, Valarie Zeithaml, and Leonard Berry. The Servqual service quality scale aims to measure service quality by evaluating the gaps between customers' service experiences and their expectations (Li et al., 2021). The Servqual Service Quality model is a widely used model for evaluating service quality in businesses operating in the service sector. This model is designed to understand how service quality is related to customer satisfaction. The Servqual service quality scale measures service quality in five different dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy (Gavahi et al., 2023: p.1652). For each dimension identified in the Servqual service quality scale, the gap between customer expectations and perceptions is measured. Based on the findings, if the result is negative, it can be concluded that customers' expectations are not met, indicating low service quality. Conversely, if the findings yield a positive result, it can be concluded that customers' expectations are met, indicating high service quality (Ong et al., 2023: p.3). In this context, if accommodation establishments aim to increase customer satisfaction, they need to improve their service quality within the framework of these five dimensions. Customers with high levels of satisfaction tend to prefer revisiting the establishment to benefit from the services offered again. Additionally, individuals with high customer satisfaction share their positive experiences with the establishment within their close circle and on social media platforms, which will contribute to attracting new customers and enhancing the competitiveness of the establishment.

Accommodation establishments can determine the areas for improvement in increasing customer satisfaction by utilizing the Servqual service quality scale. For instance, the reliability dimension indicates that establishments should consistently update their facilities and services, while the empathy dimension highlights the need for employees to be more empathetic and understanding towards customers (Hoque et al., 2023: p.256). From this perspective, it can be concluded that the Servqual service quality scale is a useful tool for examining the impact of service quality on customer satisfaction for accommodation establishments. In this regard, accommodation establishments can utilize the Servqual service quality scale to identify the areas where improvements can be made to increase customer satisfaction.

The aim of this study is to examine the effect of service quality on customer satisfaction in accommodation establishments using the Servqual scale. In line with this objective, the literature review revealed a direct relationship between Servqual service quality and customer satisfaction (Asubonteng et al., 1996; Bhat, 2012; Sevilmiş, 2015; Fettahhoğlu et al., 2016; Masrurul, 2019; Gümüş & Onurlubaş, 2020). However, as no study investigating the impact of the services provided by accommodation establishments in the Izmir region on customer satisfaction was found, it was decided to conduct this study. With this study, the service quality of accommodation establishments operating in the Izmir region was measured using the Servqual service quality scale, and the satisfaction levels of customers from the services provided were determined. Additionally, based on the literature, the formulated hypotheses were explained, and some inferences and recommendations were made for future studies and for the benefit of accommodation establishments, highlighting the significance of this study.

The servqual service quality scale is a commonly used model to evaluate the service quality of businesses operating in the service sector. This model assists businesses in determining what they need to do to ensure customer satisfaction by measuring customers' expectations and perceptions regarding service quality. The aim of this study is to examine the impact of service quality on customer satisfaction in accommodation facilities using the Servqual scale. To achieve this goal, data was collected through a survey administered to 415 individuals who had utilized the services of accommodation establishments in the province of Izmir, Turkey. The survey included statements related to participants' demographic characteristics, the quality of services provided in accommodation, and customer satisfaction. The data obtained from the survey was subjected to appropriate analysis methods, including reliability, validity, confirmatory factor analysis, and multiple regression tests. In the conducted multiple regression analysis, the dimensions of Servqual Service Quality (Physical Facilities, Reliability, Problem-Solving, Assurance, Empathy) were taken as independent variables, while customer satisfaction was considered as the dependent variable. The model established in the research explains 72% (R^2 Adjusted) of customer satisfaction. In other words, 72% of the variation in customer satisfaction in accommodation establishments can be explained by Servqual service quality. The findings indicate that the impact of the dimensions of Servqual service quality on customer satisfaction is as follows: Physical Facilities, Reliability, and Assurance have a negative effect, while Problem-Solving and Empathy have a positive effect. According to the analysis results, a one-unit change in the Physical Facilities dimension of Servqual service quality leads to a -0.220 ($p < 0.05$) change in customer satisfaction; a one-unit change in the Reliability dimension results in a -0.191 ($p < 0.05$) change in customer satisfaction; and a one-unit change in the Assurance dimension does not significantly affect customer satisfaction (-0.077 , $p > 0.05$). Regarding the dimensions of Servqual service quality, a one-unit change in the Problem-Solving dimension leads to a -0.054 ($p > 0.05$) change in customer satisfaction; whereas a one-unit change in the Empathy dimension results in a 0.190 ($p < 0.05$) change in customer satisfaction. Based on these results, Hypotheses H3 and H4 have been rejected, while Hypotheses H1, H2, and H5 have been accepted.

Ek 1. Etik Kurul İzni



T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
ONAY BELGESİ



Öğr. Gör. Dr. Yunus DOĞAN'ın **Konaklama İşletmelerinin Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisinin Servqual Ölçeği ile İncelenmesi** adlı çalışması kurumumuz tarafından incelenmiş ve;

Etik yönden uygun bulunmuştur.

Etik yönden geliştirilmesi gerekmektedir.

Etik yönden uygun bulunmamıştır.

<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Kararı	
Başvuru Formunun Etik Kurula Ulaştığı Tarih	31.05.2023
Etik Kurul Karar Toplantı Tarihi ve Karar No	04.07.2023 tarih ve 148 sayılı karar
Yer	Mersin Üniversitesi, Uğur Oral Kültür Merkezi
Katılımcılar	Formda imzası bulunan üyelerimiz toplantıya katılmıştır.