



Restoranlardaki Atmosferik Unsurların Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi (The Influence of Restaurant Atmospherics on Customer Satisfaction)**

*Dilek FİDAN^a , Savaş ARTUĞER^a 

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
26.09.2018

Kabul Tarihi: 26.11.2018

Anahtar Kelimeler

Atmosferik unsurlar
Müşteri memnuniyeti
Restoran
İstanbul

Öz

Bu araştırmanın amacı; restoranlardaki atmosferik unsurların müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmanın evrenini, İstanbul ilinin Bahçelievler ve Bakırköy ilçelerinde faaliyet gösteren 1.sınıf restoranlara 1 Şubat-31 Mart 2018 tarihleri arasında giden Türk müşteriler oluşturmaktadır. Araştırmada 357 restoran müşterisinden veri toplanmıştır. Toplanan verilerin analizinde yüzde sıklık gibi betimsel analizlerden faydalanılmıştır. Ayrıca araştırmada yer alan değişkenler arasındaki nedensellik ilişkileri, Yapısal Eşitlik Modelleme Tekniği (YEM) kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, restoranlardaki atmosferik unsurların müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Restoran estetiği, aydınlatma, masa düzeni ve hizmet personelinin müşterilerin memnuniyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, restoran ambiyansının ve oturma düzeninin ise anlamlı bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre hizmet personeli, müşterilerin memnuniyetlerini etkileyen en önemli hizmet atmosferi olarak bulunmuştur.

Keywords

Atmospheric elements
Customer satisfaction
Restaurant
İstanbul

Abstract

The aim of this research; to determine the influence of restaurant atmospherics on customer satisfaction. The population of the research consists of Turkish customers who eat in 1st class restaurants in Istanbul, Bahçelievler and Bakırköy between February and March 2018. Data were collected from 357 restaurant customers. In the analysis of the data collected, descriptive analyzes such as percentage frequency were utilized. In addition, the causality relations among the variables included in the study were analyzed by using the Structural Equation Modeling Technique (SEM). As a result of the research, it has been found that atmospheric factors in restaurants are effective on customer satisfaction. Restaurant aesthetics, lighting, table setting and service personnel have a significant effect on customer satisfaction, restaurant ambience and layout has no significant effect. According to the research results, the most important atmospheric factor affecting customer satisfaction is determined as service personnel.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: dilekfidan21@gmail.com (D. Fidan)

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

Makale Künyesi: Fidan, D. & Artuger, S. (2018). Restoranlardaki Atmosferik Unsurların Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 267-284.