



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(2):102-111.

DOI: 10.26677/TR1010.2019.86

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### **Termal Turizmde Hizmet Kalitesi, Tüketim Duyguları ve Tekrar Ziyaret Niyeti İlişkisi: Balıkesir’de Bir Araştırma\***

Doç. Dr. Nuran AKŞİT AŞIK, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksekokulu, Balıkesir, e-posta: [nuran@balikesir.edu.tr](mailto:nuran@balikesir.edu.tr).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0409-7359>

#### **Öz**

Büyük ölçüde deneyim satan termal turizm işletmelerinin hizmet kalitesi, müşterilerin olumlu duygular elde etmesi açısından önemlidir. Çünkü olumlu duygular, müşterileri gelecekte aynı olumlu deneyimi aramaya teşvik edecektir. Bu çalışmanın temel amacı, termal turizmde hizmet kalitesi, tüketim duyguları ve tekrar ziyaret niyeti ilişkisinin incelenmesi ve tekrar ziyaret niyetini en çok etkileyen unsurun araştırılmasıdır. Araştırmada verileri, toplam 400 katılımcıdan yüz yüze anket uygulaması ve kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen veriler, istatistik paket programında, frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon ve regresyon analizi ile çözümlenmiştir. Araştırma bulguları, hizmet kalitesinin pozitif duygular, negatif duygular ve tekrar ziyaret niyeti arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca hizmet kalitesi, pozitif duygular, negatif duygular ve tekrar ziyaret niyeti üzerinde oldukça etkilidir. Araştırmadan elde edilen bulgular, termal turizm müşterilerinin tekrar ziyaret niyeti üzerinde pozitif ve negatif tüketim duygularının hizmet kalitesinden çok daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Termal Turizm, Hizmet Kalitesi, Tüketim Duyguları, Tekrar Ziyaret Niyeti.

**Makale Gönderme Tarihi:** 05.11.2018

**Makale Kabul Tarihi:** 12.03.2019

#### **Önerilen Atıf:**

Akşit Aşık, N. (2019). Termal Turizmde Hizmet Kalitesi, Tüketim Duyguları ve Tekrar Ziyaret Niyeti İlişkisi: Balıkesir’de Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2):102-111.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

\* Bu makale, 17-21 Ekim 2018 tarihleri arasında, Afyon'da gerçekleştirilen 19. Ulusal Turizm Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.



RESEARCH PAPER

**The Relationship Between Service Quality, Consumption Emotions and Revisit Intention  
in Thermal Tourism: A Study in Balıkesir**

Assoc. Dr. Nuran AKŞİT AŞIK, Balıkesir University, Balıkesir Vocational School, Balıkesir, e-mail:  
[nuran@balikesir.edu.tr](mailto:nuran@balikesir.edu.tr).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0409-7359>

**Abstract**

The thermal tourism enterprises, substantially sell the experience. Hence it is important for thermal tourism enterprises to deliver quality services so that customers attain positive emotions. Because, the positive emotions will encourage to seek the same positive experience in the future. The main purpose of this study is to examine the relation between the quality of service, consumption emotion and revisit intention in thermal tourism, and to investigate the most affecting element on the revisit intention. The research data is collected from 400 participants by face-to-face questionnaire using convenience sampling method. Obtained data is analyzed by using statistical package program with frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, correlation and regression analysis. The research findings show that the relation between the quality of service, positive emotions, negative emotions, and revisit intention is significantly. In addition, the quality of service is quite effective on positive emotions, negative emotions and revisit intention. The findings obtain from the research reveal that the effect of the positive and negative consumption emotions on the revisit intention are higher than the service quality.

**Keywords:** Thermal Tourism, The Quality of Service, Consumption Emotion and Revisit Intention.

**Received:** 05.11.2018

**Accepted:** 12.03.2019

**Suggested Citation:**

Akşit Aşık, N. (2019). The Relationship Between Service Quality, Consumption Emotions and Revisit Intention in Thermal Tourism: A Study in Balıkesir, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(2):102-111.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.