

Mesut ÖZGÜR

MÜŞTERİLERİN MARKA BEKLENTİLERİ İLE MARKA SADAKATLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ: KUŞADASI'INDA FAALİYET GÖSTEREN RESTORANLAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Marka sadakati günümüzde işletmeler açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir. Özellikle turizm sektöründe önemli bir paya sahip olan restoran işletmeleri, kendilerini rakiplerinden farklılaştırmaya çalışarak müşteriler ile yakın bir bağ oluşturma yoluna gitmektedir. İşletmeler marka sadakatini oluşturmak için çeşitli stratejiler benimseyerek müşterilerin arzu, istek ve beklentilerini daha iyi anlamaya, hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini artırmaya yönelmektedir. Sadık müşterilere sahip bir restoran işletmesi, satış ve pazarlama maliyetlerini azaltmakta ve gelirlerini artırmaktadır.

Bu çalışmada Kuşadası'ndaki birinci sınıf restoranlarda müşterilerin işletmeden beklentileri ve algılamaları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Müşterilerin yemek sonrası memnuniyet sonuçlarına göre davranışsal ve tutumsal sadakat düzeyleri incelenmiştir. Verilerden elde edilen sonuçlara göre katılımcılarda marka sadakati kavramının demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler

Marka, Sadakat, Marka Sadakati, Restoran İşletmeciliği.