



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(3):633-645.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.182](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.182)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Alıcı-Tedarikçi İlişki Kalitesinin Endüstriyel Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Seyit Ahmet SOLMAZ, Harran Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Turist Rehberliği Bölümü, Şanlıurfa, e-posta: seyitahmetsolmaz@harran.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7224-3605>

Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Şanlıurfa, e-posta: turkay@sakarya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0752-6799>

Öz

Müşteri memnuniyeti, pazarlama yazınında genellikle nihai müşteriler açısından incelenmiş bir olgudur. Ancak müşteri memnuniyeti, işletmeler açısından da söz konusudur. Bu çalışmada müşteri memnuniyeti endüstriyel müşteriler bağlamında incelenmiştir. Araştırmanın amacı, otel işletmeleri ve onların tedarikçileri ile olan ilişkilerinin endüstriyel bir alıcı olarak memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir. Bu amaçla, Türkiye’de faaliyet gösteren 320 adet dört-beş yıldızlı şehir ve tatil yöresi otelleri üzerinde bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler, istatistiksel metotlarla analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, otel işletmelerinin genel olarak tedarikçilerinden memnun olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, alıcı-tedarikçi ilişki kalitesi değişkenlerinin endüstriyel müşteri memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Alıcı-Tedarikçi İlişki Kalitesi, Endüstriyel Müşteri Memnuniyeti, Otel İşletmeleri

Makale Gönderme Tarihi: 14.05.2019

Makale Kabul Tarihi: 08.07.2019

Önerilen Atıf:

Solmaz, S. A. ve Türkay, O. (2019). Alıcı-Tedarikçi İlişki Kalitesinin Endüstriyel Müşteri Memnuniyeti Üzerindeki Etkileri: Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 633-645.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2019, 3(3): 633-645.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.182](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.182)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Effects of Buyer-Seller Relationship Quality on Industrial Customer Satisfaction: A Research on Hotels

Assistant Prof. Dr. Seyit Ahmet SOLMAZ, Harran University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Tourist Guidance, Şanlıurfa, e-mail: seyitahmetsolmaz@harran.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7224-3605>

Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Şanlıurfa, e-mail: turkay@sakarya.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0752-6799>

Abstract

In the marketing literature, customer satisfaction has generally examined in terms of ultimate customers. Customer satisfaction is also valid for enterprises. In this study, customer satisfaction has examined in terms of industrial customers. Aim of the study is to determine effects of relationships hotels and their suppliers on level of satisfaction. With this purpose, an empirical research was carried out on 320 four and five stars hotels that located in Antalya and Istanbul in Turkey. Data obtained from the survey was analysed by statistical methods. Results indicated that hotels satisfied with their suppliers. However, findings suggested that buyer-supplier relationships has also positive and significant effects on industrial customer satisfaction.

Keywords: Buyer-Supplier Relationship Quality, Industrial Customer Satisfaction, Hotels.

Received: 14.05.2019

Accepted: 08.07.2019

Suggested Citation:

Solmaz, S. A. and Türkay, O. (2019). The Effects of Buyer-Seller Relationship Quality on Industrial Customer Satisfaction: A Research on Hotels *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(3): 633-645.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.