



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 949-963.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.221](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.221)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati İlişkisi Açısından Afyonkarahisar'da Termal Turizm*

Arş. Gör. Dr. Funda ÖN ESEN, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, e-posta: fundaesen@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2428-7803>

Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muğla, e-posta: obahar@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3349-5479>

Öz

Çalışmanın amacı, Afyonkarahisar'ın termal turizm açısından destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Bunun yanı sıra, demografik özelliklerden katılımcıların Afyonkarahisar'da daha önce bulunma durumu ve termal turizm tesisinde bulunma durumu ile destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati arasındaki ilişkinin belirlenmesi bu çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Çalışmada nicel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Araştırma alanı zengin termal turizm kaynaklarıyla Afyonkarahisar'dır. Afyonkarahisar'da bir termal tesiste konaklayan yerli turistler araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma sonuçları, destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati arasında anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir. Destinasyon imajının turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati üzerinde, turist memnuniyetinin de destinasyon sadakati üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra katılımcıların daha önce Afyonkarahisar'da bulunma durumuna ve termal tesiste bulunma durumuna göre destinasyon imajı, turist memnuniyeti ve destinasyon sadakati farklılık göstermektedir.

*Bu makale, 17-21 Ekim 2018 tarihleri arasında Afyon'da gerçekleştirilen 19. Ulusal Turizm Kongresi'nde sözlü olarak sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti, Destinasyon Sadakati, Afyonkarahisar.

Makale Gönderme Tarihi: 13.06.2019

Makale Kabul Tarihi: 01.10.2019

Önerilen Atıf:

Ön Esen, F. ve Bahar, O. (2019). Destinasyon İmajı, Turist Memnuniyeti ve Destinasyon Sadakati İlişkisi Açısından Afyonkarahisar'da Termal Turizm, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 949-963.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Thermal Tourism in Afyonkarahisar in terms of The Relationship Between Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty

Dr. Funda ÖN ESEN, Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla, e-mail: fundaesen@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2428-7803>

Prof. Dr. Ozan BAHAR, Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Muğla, e-mail: obahar@mu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3349-5479>

Abstract

The aim of the study is to determine the relationship between Afyonkarahisar's destination image, tourist satisfaction and destination loyalty in thermal tourism context. Another purpose of this study is to determine the relationship between demographic characteristics, the presence of participants in Afyonkarahisar before and the presence of thermal tourism hotels and the image of destination, tourist satisfaction and destination loyalty. Quantitative research was used in the study. The survey technique was chosen as the data collection tool. The research area is Afyonkarahisar with its rich thermal tourism resources. Local tourists staying in Afyonkarahisar have been involved in the research. The results of the research show that there is a significant relationship between destination image, tourist satisfaction and destination loyalty. Destination image has been found to be effective on tourist satisfaction and destination loyalty, and tourist satisfaction has also affected destination loyalty. Besides according to the presence of participants in Afyonkarahisar before and the presence of thermal tourism hotels, destination image, tourist satisfaction and destination loyalty differ from.

Keywords: Thermal Tourism, Destination Image, Tourist Satisfaction, Destination Loyalty, Afyonkarahisar.

Received: 13.06.2019

Accepted: 01.10.2019

Suggested Citation:

Ön Esen, F. and Bahar, O. (2019). Thermal Tourism in Afyonkarahisar in terms of The Relationship Between Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 949-963.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.