



## Konaklama İşletmelerinde Markalaşmanın Turistlerin Satın Alma Tercihleri Üzerindeki Etkileri: Antalya'daki Zincir Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama

*The Effects of Branding on Purchasing Preferences of Tourists at Accommodation Enterprises: An Implementation at Chain Accommodation Enterprises in Antalya*

**S. Banu YILDIZ**

Balıkesir Üniversitesi  
Turizm Fakültesi, Balıkesir, Türkiye  
[banugulec23@hotmail.com](mailto:banugulec23@hotmail.com)

### Özet

Bu çalışmanın amacı konaklama işletmelerinde markalaşmanın turistlerin satın alma tercihleri üzerindeki etkilerini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmada anket tekniği kullanılmış ve 398 adet anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler istatistik yöntemlerle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda konaklama işletmelerinde markalaşmanın (marka farkındalığı, algılanan kalite, marka imajı, marka güveni, marka tutumu ve marka sadakati değişkenlerinin) turistlerin satın alma tercihlerini pozitif yönde etkilediği, algılanan risk boyutunu ise negatif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Turistlerin satın alma tercihlerinde en fazla etkili olan faktörler sırasıyla marka tutumu, marka sadakati ve marka farkındalığıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, Markalaşma, Zincir Konaklama İşletmeleri, Turistlerin Satın Alma Tercihi, Antalya.

### Abstract

*The aim of this study is to determine the effect of branding on the purchasing preferences of tourists at accommodation enterprises. Towards this end questionnaire technique was used and 398 questionnaires were considered to be evaluated. The data, gathered, analyzed by using statistical methods. As a result it is revealed that branding (brand awareness, perceived quality, brand image, brand trust, brand attitude and brand loyalty parameters) has a positive effect on purchasing preferences of tourists and a negative effect on the volume of perceived risk. Factors contributing to more on purchasing preferences of tourists, respectively, brand attitude, brand loyalty and brand awareness.*

**Key Words:** Brand, Branding, Accommodation Chain Enterprises, Purchasing Preference of Tourists, Antalya.