



## Yerli Turistlerin Sokak Lezzeti Algılarının Davranış Niyeti ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi (The Effect of Street Flavors Perceptions of Domestic Tourists on Behavioral Intention and Satisfaction)

\* Zafer BUZCU<sup>a</sup>, Sibel OĞUZ<sup>b</sup>, Erdiñç BALLI<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Çukurova University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Tourism Management, Adana/Turkey

<sup>b</sup> Adana Alparslan Türkeş University of Science and Technology, Faculty of Business Administration, Department of Tourism Management, Adana/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 04.11.2022

Kabul Tarihi: 06.12.2022

### Anahtar Kelimeler

Sokak lezzetleri

Sokak lezzetleri algısı

Sokak lezzetleri tatmini

Davranış niyeti

### Öz

Bu çalışma, sokak lezzetlerini gastronomi turizmi açısından bir çekim ögesi olarak kullanma, geliştirme ve sürdürme çerçevesinde turistlerin sokak lezzetleri algıları, tatminleri ile davranış niyetlerinin birbirleri ile olan ilişkilerinin araştırılmasını amaçlamıştır. Araştırmanın evrenini Adana'yı ziyaret eden yerli turistler oluşturmaktadır. TSLA (Turistlerin Sokak Lezzetleri Algıları Ölçeği) boyutlarının hepsi ile TSLT (Turistlerin Sokak Lezzetleri Tatmin Ölçeği) arasında olumlu yönde istatistiksel olarak anlamlı bir etki tespit edilmiştir. Turistlerin sokak lezzetleri tatminini en fazla etkileyen boyutun gıda kalitesi olduğu ve onu sırası ile; hijyen, yerellik, hizmet kalitesi boyutlarının izlediği görülmektedir. TSLA boyutlarından hizmet kalitesi ile TSLDN (Turistlerin Sokak Lezzetleri Davranış Niyeti Ölçeği) arasında negatif yönde istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki tespit edilmiştir. Turistlerin sokak lezzetleri davranış niyetini en fazla etkileyen boyutun gıda kalitesi olduğu ve onu sırası ile; hijyen, yerellik boyutlarının izlediği görülmektedir.

### Keywords

Street flavors

Street flavor perception

Street flavor satisfaction

Behavioral intention

### Abstract

This study aimed to investigate the relationships between tourists' perceptions of street flavors, their satisfaction and behavioral intentions within the framework of using, developing and maintaining street flavors as an attraction in terms of gastronomic tourism. The population of the research consists of domestic tourists visiting Adana. A statistically significant positive effect was found between all TSLA (The Scale of Perception of Street Flavors of Tourists) dimensions and TSLT (The Scale of Satisfaction of Street Flavors of Tourists). It is observed that the dimension that most affects the satisfaction of street flavors of tourists is the quality of food, and it is followed by the dimensions of hygiene, locality, quality of service, respectively. A negative statistically insignificant relationship was found between TSLA dimensions, service quality and TSLDN (The Scale of Behavioral Intention of Street Flavors of Tourists). It is observed that the dimension that most affects the intention of tourists to behave in street flavors is food quality, followed by the dimensions of hygiene and locality, respectively.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: zaferbuzcu@hotmail.com (Z. Buzcu)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1143