

Unutulmaz Turizm Deneyimi, Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Ziyaret ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişkiler: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turistlere Yönelik Araştırma

Emrah KESKİN^a

Nevres SEZEN^b

Tuğba DAĞ^c

^a Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Nevşehir / Türkiye.(ekeskin@nevsehir.edu.tr)

^b Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir / Türkiye.(Nevressezen67@gmail.com)

^c Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir / Türkiye.(Tugba.dag.01@gmail.com)

ÖZ

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:

29.05.2020

Kabul Tarihi:

22.06.2020

Anahtar Kelimeler

Unutulmaz Turizm Deneyimi

Memnuniyet

Tekrar Ziyaret Niyeti

Tavsiye Etme Niyeti

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

İnsanlar gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerde çeşitli deneyimler yaşar. Turistler, turistik deneyimin gerçekleştirilme sürecinde birçok aktiviteye katılıp, turistik ürünler görüp, çeşitli faaliyetler gerçekleştirip, yeni yerler tanımakta ve farklı yerel kültürlerle ilgili bilgiler edinerek kendilerini zihnen ve bedenen yenilemektedirler. Turistler yaşadıkları deneyimlerinden memnun ayrılırlarsa ilerleyen dönemlerde yaşamış oldukları memnuniyet unutulmaz deneyim olarak akıllarında kalabilir ve mutlu olabilirler. Bu nedenle olumlu unutulmaz turizm deneyimi memnuniyet üzerinde önemli etki yaratmaktadır. Bu çalışma Kapadokya bölgesini deneyimleyen turistlerin unutulmaz tatil deneyimlerinin memnuniyet, memnuniyetin ise tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme davranışlarına etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda 8 adet hipotez geliştirilmiştir. Hipotezleri test etmek için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Ölçeklerden elde edilen veriler Smart PLS 3.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre unutulmaz turizm deneyiminin yenilenme, hedonizm, yenilik ve anlamlılık boyutlarının memnuniyet üzerinde etkili olduğu, memnuniyetin ise Kapadokya bölgesini deneyimleyen ziyaretçilerin bölgeyi tekrar ziyaret etme ve başkalarına tavsiye etme niyetinde bulunmalarını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir.

ABSTRACT

Article History

Received

29.05.2020

Accepted:

22.06.2020

Keywords

Memorable Tourism Experience

Satisfaction

Revisit Intention

Intention to Recommend

Article Type: Research Paper

People gain various experiences during their touristic travels. Tourists participate in many activities in the process of touristic experience, see touristic products, perform various activities, get to know new places and acquire information about different local cultures and renew themselves mentally and physically. If the tourists are satisfied with their experiences, the satisfaction they experienced may remain in their minds and makes them happy as an unforgettable experience. Therefore, a positive and unforgettable tourism experience has a significant impact on satisfaction. This study aimed to measure the impact of memorable tourism experiences of tourists in Cappadocia region on satisfaction, and on the re-visiting the area and recommending behaviors. For this purpose, 8 hypotheses have been developed. Questionnaire technique, one of the quantitative research methods, was used to test the hypotheses. The data obtained were analyzed with the Smart PLS 3.0 package program. According to the results of the analysis, it has been determined that the unforgettable tourism experience affects satisfaction positively on the dimensions of renewal, hedonism, innovation and meaningfulness, and this satisfaction lead the visitors of the Cappadocia region to visit the region again and recommend it to others.

*Sorumlu Yazar/ Corresponding Author: Emrah KESKİN

E-Posta: ekeskin@nevsehir.edu.tr