



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2019, 3(4): 1514-1532.

DOI: [10.26677/TR1010.2019.256](https://doi.org/10.26677/TR1010.2019.256)

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



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Destinasyon Kişiliği ile Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Gaziantep Örneği

Doç. Dr. Nalan IŞIK, Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksek Okulu, Gaziantep, e-posta: [isiknalan@hotmail.com](mailto:isiknalan@hotmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3072-649X>

Burçin ÖZKAN, Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, e-posta: [burcinozkan92@gmail.com](mailto:burcinozkan92@gmail.com)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1371-2512>

#### Öz

Bu çalışma, Gaziantep'in destinasyon kişiliğinin belirlenmesini ve destinasyon kişiliğine bağlı olarak yerli turistlerin memnuniyet ve davranışsal niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlamıştır. Bunun için 2018 yılının Kasım ve Aralık aylarında Zeugma Mozaik Müzesi, Antep Kalesi ve Bakırcılar Çarşısını ziyaret eden yerli turistlere anket uygulanmıştır. Anket formlarının değerlendirilmesi için veriler faktör analizi, frekans analizi ve korelasyon analizi testlerine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularına göre, Gaziantep'in destinasyon kişiliği "modernlik" "samimiyet" "yetkinlik-seçkinlik" ve "huzur" şeklinde adlandırılan dört boyuttan oluşmuştur. Korelasyon analizi sonucunda destinasyon kişiliği boyutları ile turistlerin memnuniyet ve davranışsal niyetleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Marka Kişiliği, Destinasyon Kişiliği, Gaziantep.

**Makale Gönderme Tarihi:** 29.07.2019

**Makale Kabul Tarihi:** 03.10.2019

#### Önerilen Atıf:

Işık, N. ve Özkan, B. (2019). Destinasyon Kişiliği ile Memnuniyet ve Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Gaziantep Örneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4): 1514-1532.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**The Examination of Relationships Between Destination Personality with Satisfaction and Behavioral Intentions: Case of Gaziantep**

Associate Prof. Dr. Nalan IŞIK, Gaziantep University, Vocational School of Tourism and Hotel Management, Gaziantep, e-mail: [isiknalan@hotmail.com](mailto:isiknalan@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3072-649X>

Burçin ÖZKAN, MSc, Gaziantep University, Social Sciences Institute, Gaziantep, e-mail: [burcinozkan92@gmail.com](mailto:burcinozkan92@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1371-2512>

**Abstract**

This study aimed to determine the locality of the destination of Gaziantep and to examine the relationship between the satisfaction and behavioral intentions of local tourists depending on the personality of the destination. For this purpose, in November and December of 2018, a survey was conducted to the local tourists visiting the Zeugma Mosaic Museum, Antep Castle and the Coppersmiths Bazaar. The questionnaire was prepared by adapting from the Brand Personality Scale of Aaker (1997). Data were analyzed by factor analysis, frequency analysis and correlation analysis to evaluate the questionnaire forms. According to the findings of the study, the destination of Gaziantep is composed of four dimensions called "modernity" "sincerity" "competence-exclusivity" and "serenity". As a result of the correlation analysis, it has been determined that there is a positive relationship between the dimensions of the destination personality and the satisfaction and behavioral intentions of the tourists.

**Keywords:** Brand Personality, Destination Personality, Gaziantep.

**Received:** 29.07.2019

**Accepted:** 03.10.2019

**Suggested Citation:**

Işık, N. and Özkan, B. (2019). The Examination of Relationships Between Destination Personality with Satisfaction and Behavioral Intentions: Case of Gaziantep, *Journal of Turkish Tourism Research*, 3(4): 1514-1532.

© 2019 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.