



# Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3137-3151.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.555](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.555)

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



## ARAŞTIRMA MAKALESİ

### Yaşam Tarzının Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Niyeti Üzerine Etkisinin İncelenmesi

Arş. Gör. Bahar BAYINDIR, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kırklareli, e-posta: [baharbayindir7@gmail.com](mailto:baharbayindir7@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6440-1132>

Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta: [hryuncu@anadolu.edu.tr](mailto:hryuncu@anadolu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2876-004X>

#### Öz

Günümüz tüketicilerinin yaşam tarzlarındaki değişimler tüketim şekillerini etkilemektedir. Bu çalışmanın temel amacı yaşam tarzının kahve dükkânlarını tercih etme niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığını incelemektir. Bu amaç doğrultusunda anket tekniğiyle 390 katılımcıya anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler ile gerçekleştirilen analizler sonucunda katılımcıların kahve dükkânlarına haftada 1-2 defa gittiği ve kahve dükkânı türü olarak genellikle yerli kahve dükkânlarını tercih ettiği, kahve dükkânlarını tercih ederken kahve dükkânlarında sırasıyla arkadaşlarla buluşma, aileyle vakit geçirme ve yeme içme gereksinimlerini karşılamaya önem verdiği görülmüştür. Çalışmanın temel amacı doğrultusunda gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda da yaşam tarzı değişkenlerinin kahve dükkânlarını tercih etme niyeti üzerinde anlamlı bir etki gösterdiği görülmüştür. Yaşam tarzına yönelik değişkenler incelendiğinde moda tutkunları ve yeniliğe açık olanların niyeti pozitif yönde açıkladığı becerikliler, ilgi alanı sınırlı olanlar ve inananların ise niyeti negatif yönde açıkladığı saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yaşam Tarzı, Kahve, Kahve Dükkânı, Niyet, Kahve Dükkânı Tercih Etme Niyeti.

**Makale Gönderme Tarihi:** 09.06.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 10.10.2020

#### Önerilen Atıf:

Bayındır, B. ve Yüncü, H. R. (2020). Yaşam Tarzının Kahve Dükkânlarını Tercih Etme Niyeti Üzerine Etkisinin İncelenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3137-3151.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

**Investigating the Effect of Lifestyle on The Intention to Choose Coffee Shop**

Research Assistant Bahar BAYINDIR, Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli, e-mail: [baharbayindir7@gmail.com](mailto:baharbayindir7@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6440-1132>

Associate Prof. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail: [hryuncu@anadolu.edu.tr](mailto:hryuncu@anadolu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2876-004X>

**Abstract**

Changes in lifestyle of today's consumers affect their consumption patterns. The main purpose of this study is to examine whether lifestyle has an effect on the intention of choosing coffee shops. For this purpose, a survey was applied to 390 participants using the survey technique. As a result of the analysis made with the data obtained, it was observed that the participants went to coffee shops 1-2 times a week and generally preferred domestic coffee shops as the type of coffee shop, while choosing coffee shops, it was important to meet friends, spend time with the family and meet their eating and drinking needs respectively. As a result of the regression analysis conducted in line with the main purpose of the study, it was observed that lifestyle variables had a significant effect on intention to choose coffee shop. When the variables related to lifestyle were analyzed, it was found that those who are fashion lovers and those who are open to innovation affect the intention in a positive way, those with limited interest and believers negatively affect the intention.

**Keywords:** Lifestyle, Coffee, Coffee Shop, Intention, Intention to Choose Coffee Shop.

**Received:** 09.06.2020

**Accepted:** 10.10.2020

**Suggested Citation:**

Bayındır, B. and Yüncü, H. R. (2020). Investigating the Effect of Lifestyle on The Intention to Choose Coffee Shop, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3137-3151.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.