



## Turizmde Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (eWOM) ve Alanya'daki Restoran Yorumlarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma (Electronic Word-of-Mouth (eWOM) in Tourism and a Research on the Evaluation of Restaurant Reviews in Alanya)

\*Serpil KOCAMAN<sup>a</sup> 

<sup>a</sup>Alanya Alaaddin Keykubat University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Alanya/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:

28.10.2018

Kabul Tarihi: 16.12.2018

### Anahtar Kelimeler

Elektronik ağızdan ağıza iletişim

TripAdvisor

Restoran yorumları

### Öz

Bir turistik ürün olan destinasyonların önemli bir parçasını destinasyondaki yiyecek – içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Günümüzde turistlerin her türlü turistik ürüne dair satın alma tercihlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri de online yorumlar olarak karşımıza çıkmaktadır ve TripAdvisor, turizm sektöründe online yorumlar bakımından en popüler uygulamadır. Bu uygulamada yer alan yorumların, turistlerin satın alma davranışı üzerinde etkili olduğunu gösteren birçok bilimsel çalışma mevcuttur. Bu çalışmada, Türkiye destinasyonları içerisinde önemli bir paya sahip olan Alanya destinasyonunda faaliyetini sürdüren restoran işletmelerinin, TripAdvisor üzerinde paylaşılan yorumlarına ilişkin içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, TripAdvisor'da Alanya restoranlarına ilişkin paylaşılan yorumlarda yemek puanı ortalamasının 4,55, hizmet puanı ortalamasının 4,60, değer puanı ortalamasının 4,50 ve atmosfer puanı ortalamasının 4,51 olduğu; restoran işletmelerinin daha çok Türk, Avrupa ve Vejeteryan mutfaka yöneldiği; restoran işletmelerinin uygun oldukları amaçlar için en çok vurgulanan kelimelerin; kalabalık, aileler, gruplar ve çocuklu olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

### Keywords

Electronic word-of-mouth (eWOM)

TripAdvisor

Restaurant reviews

### Abstract

An important part of destinations, which are a tourist product, is food and beverage establishments in the destination. Nowadays, one of the most important factors affecting the buying preferences of tourists for all kinds of touristic products is online reviews and TripAdvisor is the most popular application for online reviews in the tourism industry. There are many scientific studies showing that the reviews in TripAdvisor have an impact on the buying behavior of tourists. In this study, in the restaurants of Alanya destination which continued its activities, content analysis was conducted for shared reviews on TripAdvisor. According to the results of the study, it was found that in the shared reviews about Alanya restaurants; the average of the food score was 4.55, the service average of the score was 4.60, the average of the value score was 4.50 and the average of the atmosphere score was 4.51. It was concluded that the restaurants were mostly directed to Turkish, European and Vegetarian cuisine and the most emphasized words for the purposes of restaurants were crowded, families, groups and children.

\* Sorumlu Yazar.

E-posta: [serpil.kocaman@alanya.edu.tr](mailto:serpil.kocaman@alanya.edu.tr) (S. Kocaman)

**Makale Künyesi:** Kocaman, S. (2018). Turizmde Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (eWOM) ve Alanya'daki Restoran Yorumlarının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 953-973.