



## Sosyal Medyada Restoran İmajı: Kapadokya Örneği (Restaurant Image on Social Media: The Case of Cappadocia)\*\*

\*Günay EROL<sup>a</sup>, Emrah ÖRGÜN<sup>a</sup>, Emrah KESKİN<sup>c</sup>

<sup>a</sup> Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Ürgüp Sebhat and Erol Toksöz Vocational School, Nevşehir/Turkey

<sup>b</sup> Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Kitchen Arts, Nevşehir/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:  
19.09.2019

Kabul Tarihi: 22.12.2019

### Anahtar Kelimeler

Sosyal medya

Restoran

Kapadokya

İmaj

### Öz

Sosyal medya ağlarının gelişmesi ve insanların ihtiyaçlarının çeşitlenmesi insanların sosyal medyaya olan ilgisini de artırmıştır. Hemen hemen her ihtiyaçta olduğu gibi insanlar yeme içme ihtiyaçlarını gidermek amacıyla da sosyal medyadan faydalanarak restoran tercihlerini belirlemeye başlamışlardır. Bu nedenle restoranların imajı ile ilgili sosyal medyada yer alan bilgiler müşteri davranışları üzerinde olumlu veya olumsuz yönde etkili olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı Kapadokya bölgesindeki restoranların sosyal medyadaki imajını belirlemektir. Bu amaçla TripAdvisor'daki yerli ve yabancı turistlerin restoranlar hakkındaki yorumları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre restoranın yemek kalitesi, personel davranışları, iç tasarımı ve dizaynı en fazla olumlu yoruma sahip değişkenler olarak belirlenmiştir. Ayrıca yabancı kullanıcıların yerli kullanıcılara göre daha fazla olumlu yorum yaptığı ve restoranlara daha fazla puan verdiği belirlenmiştir. Genel olarak restoran imajına yönelik değişkenlerin çok iyinin üzerinde değerlendirilmiştir. Çalışmada restoranlara ve işletmelerin sosyal medya kullanımına ilişkin öneriler sunulmuştur.

### Keywords

Social media

Restaurant

Cappadocia

Image

### Abstract

The development of social media networks and the diversification of individuals' needs have increased the interest in social media. As is the case with almost every need, individuals have started to utilize social media to decide on restaurant preferences to meet their basic need for food and drink. Therefore, the information on the images of restaurants on social media may impose a positive or negative effect on customer behavior. The aim of this study is to identify the social media images of restaurants in Cappadocia. For this purpose, the Tripadvisor reviews of local and foreign tourists about restaurants were examined via the content analysis method. According to the research results, the food quality, behaviors of staff, interior design and decoration of the restaurant were identified to be the variables recording the highest number of positive reviews. In addition, it was revealed that foreign users posted more positive reviews and rated the restaurants higher than local users. In general, the variables related to the restaurant image on social media were rated higher than "very good". In addition, the present study provides recommendations on the use of social media by restaurants and businesses.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: [gunayerol@nevsehir.edu.tr](mailto:gunayerol@nevsehir.edu.tr) (G. Erol)

\*\* Bu çalışma 6. Uluslararası Multidisipliner Çalışmaları Kongresi'nde (Gaziantep) sunulan bildirden geliştirilmiştir.

**Makale Künyesi:** Erol, G., Örgün, E. & Keskin, E. (2019). Sosyal Medyada Restoran İmajı: Kapadokya Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 3290-3302.