



Çevrim İçi Yemek Sipariş Sitelerindeki Restoran Yorumları Üzerine Bir Çalışma (A Study on Restaurant Reviews on Online Food Ordering Websites)

* Ahmet ÜNAL ^a 

^a Malatya Turgut Özal University, Akçadağ Vocational School, Civil Air Transport Management, Malatya/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 14.03.2023

Kabul Tarihi: 14.06.2023

Anahtar Kelimeler

Restoran

E-Ağızdan ağıza iletişim

Çevrim içi yemek siparişi

Çevrim içi yorumlar

Çevrim içi restoran

yorumları

Öz

Tüketicilerin çevrim içi yemek siparişi hizmetlerine yönelik ilgisi, özellikle Covid-19 pandemisi sürecinde giderek artmıştır. Tüketicilerin yemek satın alma davranışlarında yaşanan bu gelişme beraberinde, konuya ilişkin akademik ilgiyi de artırmıştır. Ancak çevrim içi restoran yorumlarına yönelik çalışmalar kısıtlı kalmıştır. Bu çalışma temel olarak, Yemeksepeti isimli çevrim içi yemek siparişi sitesinde yer alan tüketici yorumlarını incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada, nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte yer aldığı karma yöntem deseni kullanılmıştır. Araştırmanın yürütülmesinde öncelikle, çevrim içi yemek siparişi hizmeti veren Yemeksepeti isimli sitede yer alan tüketici yorumları, içerik analizi ile sınıflandırılmıştır. Araştırmanın nitel aşamasında analiz edilen verilere ait frekans değerleri, araştırmanın ikinci aşamasında nicel ilişkisel analizlere tabi tutulmuştur. Bu aşamada tüketici yorumlarının, restoran türüne ve restoran sınıfına göre olası ilişkileri Ki-Kare analiziyle araştırmaya konu edilmiştir. Mevcut çalışma tüketicilerin, araştırmanın kapsamını oluşturan çevrim içi yemek siparişi sitesinde yaptıkları yorumların, özellikle lezzet teması içerikli olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca bu çalışma tüketici yorumları ile restoran türleri ve restoran sınıfları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Keywords

Restaurant

E-WOM

Online food ordering

Online reviews

Online restaurant review.

Abstract

Consumers' interest in online food ordering services has gradually increased, especially during the Covid-19 pandemic. This development has also increased academic interest in the subject. However, studies on online restaurant reviews have remained limited. The current study mainly aims to examine consumer reviews on the online food ordering site, Yemeksepeti. A mixed-methods design combining qualitative and quantitative research methods was used in this study. First, content analysis was used to categorize consumer comments on the website Yemeksepeti, which provides online food ordering services. In the second phase of the study, the frequency values of the data analyzed in the qualitative phase were subjected to quantitative relational analysis. At this point, Chi-Square analysis was used to examine the possible relationships between consumer comments and restaurant type and restaurant class. The current study reveals that consumers' reviews on the online food ordering website, which is the scope of the study, are particularly flavor-themed. Furthermore, this study also reveals that there is a statistically significant relationship between consumer reviews and restaurant types and restaurant classes.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ahmet.unal@ozal.edu.tr (A. Ünal)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1219