Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi
(Saffron Journal of Culture and Tourism Research)
2026, 9(2): 102-118
İletilme Tarihi (Submitted Date): 13.12.2025 Kabul Tarihi (Accepted Date): 19.05.2026
Makale Türü (Article Type): (Araştırma) (Research)

AYVALIK OTELLERİNİN HİZMET KALİTESİ BOYUTLARI KAPSAMINDA TRIPADVISOR YORUMLARI ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Ayvalık Hotels' Service Quality Dimensions Based on Tripadvisor Reviews

Bil. Uzm. Seznur AVAN
Bağımsız Araştırmacı
E-posta: seznuravan72@gmail.com
0009-0004-8393-5174

Doç. Dr. Oğuzhan DÜLGAROĞLU
Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi
E-posta: oguzhan@balikesir.edu.tr
0000-0002-1992-0531

Öz

Bu çalışma Ayvalık'ta faaliyet gösteren otellerin hizmet kalitesini Tripadvisor kullanıcı yorumları üzerinden ayrıntılı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada 2020–2025 yılları arasında yazılmış toplam 349 yorum incelenmiş ve bölgedeki en yüksek puana sahip ilk 10 otel analiz kapsamına alınmıştır. Veriler nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda betimsel analiz yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. İnceleme sürecinde SERVQUAL boyutları temel alınmış; güvenilirlik, hizmet güvencesi, fiziksel unsurlar, çalışan davranışları ve genel konaklama deneyimine ilişkin temalar ön plana çıkmıştır. Bulgular özellikle "Güvenirlik" boyutunun güçlendirilmesinin bölgedeki hizmet kalitesi açısından kritik olduğunu ortaya koymuştur. Otellerin vaat ettikleri hizmetleri eksiksiz yerine getirmesi, misafirlerde güven duygusunu artırması ve kusursuz hizmet anlayışını uygulamada yaygınlaştırması önerilmektedir. Ayrıca temizlik, yiyecek hizmetleri, fiziksel olanaklar ve genel konuk memnuniyetine yönelik iyileştirmelerin düzenli olarak sürdürülmesi Ayvalık'taki turizm deneyiminin kalitesine önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Anahtar kelimeler: Hizmet Kalitesi, Tripadvisor, Ayvalık Otelleri, SERVQUAL.

Abstract

This study aims to evaluate the service quality of hotels operating in Ayvalık in detail through Tripadvisor user reviews. A total of 349 reviews written between 2020 and 2025 were examined in the research, and the top 10 hotels with the highest scores in the region were included in the analysis. The data was evaluated using a descriptive analysis method in line with a qualitative research approach. The SERVQUAL dimensions were used as a basis during the review process; themes related to reliability, service assurance, physical elements, employee behavior, and overall accommodation experience came to the fore. The findings revealed that strengthening the "Reliability" dimension is critical in terms of service quality in the region. It is recommended that hotels deliver on their service promises, increase guest confidence, and promote a flawless service approach. Furthermore, regularly implementing improvements in cleanliness, food services, physical facilities, and overall guest satisfaction will significantly contribute to the quality of the tourism experience in Ayvalık.

Key words: Service Quality, Tripadvisor, Ayvalık Hotels, SERVQUAL.

Giriş

Endüstri devrimi ile ile kara, demir, deniz ve hava ulaşımının gelişmesi, konaklama sektörünün de büyümesini sağlamıştır. Önceden yalnızca soylu kesime hitap eden lüks ve gösterişli Avrupa otel anlayışı zamanla önemini kaybetmiş; bunun yerine daha geniş halk kitlelerinin ihtiyaçlarına cevap veren modern, büyük ölçekli ve çağdaş konaklama işletmeleri ortaya çıkmıştır (Avan, Korkmaz ve Dulgaroglu, 2024: 138). Teknolojinin turizmdeki önemi gün geçtikçe artmış ve işletmelerin rekabet avantajı elde etmesinde kritik bir unsur hâline gelmiştir. Turizm sektörü müşteri çekmek, karşılaşılan sorunlara çözümler üretmek ve sürdürülebilir bir gelecek oluşturmak için teknolojiden yararlanabilmektedir (Roy ve Pagaldiviti, 2023). Bu gelişmeler turizm sektöründeki dijital dönüşümün genel iş dünyasındaki ilerlemelerle paralel şekilde ilerlediğini göstermektedir. Yeni teknolojiler bilgiye daha hızlı ulaşmayı ve işlerin dijital olarak yapılmasını kolaylaştırabilmektedir. Böylece işletmeler rekabet avantajı kazanabilmektedir. Konaklama işletmeleri de bu değişimlerden olumlu şekilde etkilenmektedir. Özellikle Endüstri 4.0 ile ortaya çıkan dijital yenilikler otellerin ve diğer konaklama işletmelerinin daha yaratıcı ve yenilikçi olmasına yardımcı olabilmektedir. İşletmelerin başarılı olabilmesi için kendi ihtiyaçlarına uygun dijitalleşme ve inovasyon yöntemlerini benimsemeleri önemlidir (Gürsoy ve Çalhan, 2024: 1). Bu doğrultuda dijital dönüşüme uyum sağlayan işletmelerin sunduğu hizmetlerin niteliği de belirgin şekilde artmaktadır. Gelişen teknoloji turizm sektöründe hem verimliliği yükseltmekte hem de misafirlerin deneyimlerini daha olumlu hale getirmektedir. Böylece misafirler taleplerine daha hızlı yanıt bulabilmekte ve kendilerine özel hizmetlere daha kolay erişebilmektedir. Ayrıca işletmeler misafirlerin davranış ve tercihlerini analiz ederek daha doğru kararlar alabilmekte ve

pazarlama stratejilerini buna göre şekillendirebilmektedir (Penceralli, 2020: 461). Konaklama işletmeleri, misafirlerin davranış ve tercihlerini analiz ederek daha doğru kararlar alabilmekte ve pazarlama stratejilerini buna göre şekillendirebilmektedir. Bunun yanında, sundukları hizmetleri tanıtmak amacıyla duyulara hitap eden unsurlardan faydalanarak sosyal medya platformlarını etkili bir biçimde kullanabilmektedirler (Dülgaroğlu ve Avcıkurt, 2022: 493).

Literatürde otel hizmet kalitesini farklı modellerle inceleyen pek çok araştırma bulunsa da belirli destinasyonlara ait güncel çevrim içi müşteri yorumlarının sistematik olarak değerlendirildiği çalışmalar oldukça sınırlıdır. Özellikle Ayvalık gibi turistik bölgelerde hizmet kalitesinin zaman içindeki değişimini ortaya koyan kapsamlı analizlere hâlâ ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum çevrim içi yorumların hizmet kalitesinin ölçümündeki önemini daha ayrıntılı biçimde incelemeyi gerekli kılmaktadır. Bu araştırmanın amacı Ayvalık'ta faaliyet gösteren TripAdvisor puan sıralamasına göre en iyi puanı alan ilk 10 otelin hizmet kalitesini 2020-2025 yılları arasında konaklayan misafirlerin Tripadvisor platformunda paylaştıkları değerlendirmeler üzerinden incelemektir. Bu çerçevede çevrim içi yorum platformları misafirlerin deneyimlerini paylaşmalarına imkân sağlayarak otel hizmetlerinin güçlü ve geliştirilmesi gereken yönlerini ortaya koymaktadır. Tripadvisor, geniş kullanıcı tabanı ve yüksek etkileşim oranları sayesinde değerli bir veri kaynağı olarak öne çıkmaktadır (TripAdvisor, 2025). Araştırmada betimsel analiz yöntemi tercih edilmiş ve Ayvalık'ta yer alan otellere ilişkin Tripadvisor yorumları detaylı şekilde değerlendirilmiştir. Yorumların analizinde Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) geliştirdiği SERVQUAL modelindeki beş hizmet kalitesi boyutu temel alınmıştır. Bu boyutlar aracılığıyla, misafirlerin hizmet deneyimlerinin hangi alanlarda olumlu ya da olumsuz eğilim gösterdiği sistemli bir biçimde ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın özellikle çevrim içi müşteri yorumlarının hizmet kalitesinin ölçülmesindeki rolüne ilişkin literatüre katkı sunması beklenmektedir. Elde edilen sonuçlar otel yöneticileri ve diğer turizm paydaşları için yol gösterici niteliktedir. Böylece destinasyondaki otel işletmelerinin rekabet gücünü artıracak stratejilerin belirlenmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir. Araştırma, turizm işletmelerinin müşteri memnuniyetini geliştirmeleri ve hizmet kalitesini yükseltmeleri için önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Hizmet Kalitesi ve SERVQUAL Modeli

1980'li yıllarda ürün ve hizmetlerde yüksek kaliteye ulaşmak başlıca önceliklerden biri olarak öne çıkmıştır (Parasuraman vd., 1985: 41). Hizmet kalitesi araştırmacıların da yoğun ilgi gösterdiği bir alan olarak öne çıkmaktadır. Bugün gelinen noktada hizmet kalitesinin tüketicinin bakış açısından değerlendirilmesinin zorunlu olduğu kabul edilmektedir. Bu nedenle kalite, mutlaka müşterinin algı ve beklentilerine göre ölçülmelidir (Öztürk, 2000: 57). Shemwell ve Yavas (1999), hizmet kalitesine yönelik bir model geliştirmiş ve bu modeli ampirik olarak sınamıştır. Ortaya koydukları model daha önceki genel hizmet kalitesi modellerinden farklı olarak yalnızca hastanelerdeki

hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Araştırmalarında kullanılan ölçekte toplam 14 ifade bulunmaktadır. Bu ifadelerin 5'i hizmetin arama (search) özelliklerine, 4'ü güven (credence) özelliklerine ve 5'i ise deneyim (experience) özelliklerine ilişkindir. Çalışmada doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modelleme yöntemleri uygulanmış, elde edilen bulgular hizmet kalitesinin arama, güven ve deneyim boyutlarından oluştuğunu göstermiştir. SERVQUAL (Parasuraman vd., 1988) ile SERVPERF (Cronin ve Taylor, 1992), çeşitli hizmet sektörlerinde hizmet kalitesini değerlendirmek amacıyla geliştirilmiş ölçeklerdir. Ayrıca SERVQUAL turizm çalışmalarında en çok uygulanan modellerden biridir. Shemwell ve Yavas (1999), bu ölçeklerin hastane ortamına uygun bir şekilde uyarlanamadığını ve bu nedenle yapı geçerliliklerinin düşük kaldığını ileri sürmektedir.

Ayvalık Otelleri ve Tripadvisor

Turizm potansiyeli, bir destinasyonun turizm alanında öne çıkmasını, rakiplerine karşı üstünlük sağlamasını ve ziyaretçilerin ilgisini çekerek tercih edilen bir yer haline gelmesini sağlayan önemli bir unsurdur (Dülgaroğlu ve Gündoğdu, 2023: 113). Her destinasyon, kendine has özelliklerini kullanarak turizm sektöründe daha fazla pay elde etmeye çalışmakta ve bu doğrultuda diğer destinasyonlarla yarış halinde bulunmaktadır (Avan ve Dulgaroglu, 2026: 18). Bu durumda Ayvalık, coğrafi konumu, bozulmamış doğal çevresi, tarihi eserleri, zengin kültürel kaynakları ve deniz, kum, güneş temelli kitle turizmine uygun altyapısı sayesinde yüksek bir turizm potansiyeline sahiptir (Bezirgan ve Kömür, 2019: 297). Ayvalık, Balıkesir'deki diğer önde gelen turizm destinasyonları (Edremit, Burhaniye vb.) ile karşılaştırıldığında daha yüksek bir pazar payına sahiptir ve Balıkesir'deki turizm gelirlerinden yaklaşık %28'lik pay alarak en fazla turist çeken destinasyon konumundadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2025). Ayvalık hem geniş bir ilçe olması hem de Körfez bölgesinin turizm potansiyeli açısından yerli ve yabancı turistlerin %80'ine kadarını ağırlayabilen bir destinasyondur. Mevcut verilere göre ilçedeki toplam yatak kapasitesi yaklaşık 17.000 civarındadır. Buna ek olarak kayıt dışı çalışan işletmeler de bulunmaktadır (Ayvalık Belediyesi, 2025: 22). Bu doğrultuda SENTRUM Proje, Küçükköy bölgesinde çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliği esas alan bir yaşam ve turizm merkezi geliştirmeyi amaçlayarak sürdürülebilir destinasyon yönetimi anlayışıyla örtüşmektedir (Avan ve Dülgaroğlu, 2024: 10).

Bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte sosyal medya kullanım alanının genişliği sayesinde her sektörde önem kazanmaktadır ve turizm sektörü de bundan etkilenmiştir. Dijital pazarlama stratejilerinin sosyal medya aracılığıyla yayılması müşterilerin turizm hizmetleriyle etkileşim şeklini değiştirmiş ve kullanıcıların diğer tüketicilerin yorumlarını görerek tercihlerini buna göre şekillendirmelerine olanak sağlamıştır (Yılmaz, 2020: 1). Bu etki özellikle Tripadvisor gibi kullanıcı katkılı platformlarda öne çıkmaktadır. Tripadvisor, 2000 yılında ABD'de hayata geçirilmiş ve kısa sürede dünya çapında en yaygın ve en çok tercih edilen çevrimiçi seyahat platformlarından biri olmuştur (Law, 2006). Tripadvisor, çevrim içi seyahat sektörünün önde gelen şirketlerinden Expedia, Inc.'in bir parçası olarak bookingbuddy.com, independenttraveler.com, seatguru.com, smartertravel.com ve tripadvisor.com gibi

kullanıcıların katkıda bulunduğu içeriklere sahip çeşitli internet sitelerini yönetmektedir (Tripadvisor, 2025). Tripadvisor'ın temel yaklaşımı turizm sektöründeki aktörler arasında bilgi paylaşımını sağlamak, sektörün rekabet ve teknolojik altyapısını güçlendirmek, işlevselliği artırmak ve yenilikçi yollarla değer üretmektir (Sigala, 2012).

Yöntem

Bu çalışma kapsamında elde edilen veriler Balıkesir'in Ayvalık ilçesinde faaliyet gösteren en yüksek puanlı 10 otelin Tripadvisor platformunda 2020-2025 yılları arasında paylaşılan müşteri yorumlarına dayanmaktadır. Veriler 2020 ile 2025 yılları arasında 30.11.2025 tarihine kadar yazılan 349 yorum analiz edilerek toplanmıştır. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Nitel araştırma, bir sorunun çözümüne yönelik olarak gözlem, görüşme ve belge incelemesi gibi nitel veri toplama tekniklerini kullanan hem önceden bilinen hem de fark edilmemiş sorunların anlaşılmasını sağlayan probleme dair doğal olguları gerçekçi biçimde ele alan öznel ve yorumlayıcı bir süreçtir (Seale, 1999). Betimsel içerik analizi, belirli bir konu veya alanda gerçekleştirilen nitel ve nicel araştırmaların bağımsız olarak incelenip sistematik bir şekilde düzenlenmesini ifade eder. Bu sayede söz konusu konu veya alandaki genel eğilimler ortaya konur (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021: 189). Çalışmada Ayvalık otellerinin hizmet kalitesi kapsamında müşteri yorumları, Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen SERVQUAL modelindeki beş temel boyut (fiziksel unsurlar, güvenilirlik, empati, heveslilik ve güven) esas alınarak sınıflandırılmıştır. Esen ve Tandoğan (2025) da çalışmasında bu beş temel boyutu esas alarak sınıflandırma gerçekleştirmiştir bu çalışmamda veriler kodlama sürecinde araştırmacılar tarafından sistematik olarak sınıflandırmıştır. Kodlama sürecinde bir istatistik programından yararlanılmıştır.

Çalışmanın analizi araştırmacılar arası karşılaştırmalı kodlama ile desteklenerek güvenirliğin artırılması amaçlanmıştır. Her bir boyut otellerin güçlü yönlerini ve geliştirilmesi gereken alanlarını ortaya koyacak şekilde analiz edilmiştir. Veri toplama aşamasında Tripadvisor platformundaki müşteri yorumları metin dosyalarına dönüştürülmüş ve içerik analizine uygun hâle getirilmiştir. Kodlama sürecinde yorumlar literatürde tanımlanan hizmet kalitesi boyutlarına göre belirlenen tema ve alt temalar çerçevesinde incelenmiştir. Kodlama süreci iki araştırmacı tarafından eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiş ve araştırmacılar arasında tutarlılık sağlanmıştır (Silverman, 2001). Araştırmanın örneklemi Tripadvisor'da en yüksek puan alan 10 otel ve bu otellere ilişkin 2020-2025 yılları arasında paylaşılmış müşteri yorumlarından oluşmaktadır. Bu durum verilerin farklı platformlardaki kullanıcı değerlendirmelerini kapsamaması nedeniyle araştırmanın kapsamını daraltmakta ancak mevcut hizmet kalitesi algısının ayrıntılı biçimde incelenmesine olanak sağlamaktadır. Örneklem Ayvalık'taki otellerin hizmet kalitesi algısını incelemek amacıyla amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Amaçlı örnekleme araştırma amacına en uygun birimlerin seçilmesini sağlar ve bu çalışmada yüksek puanlı yoğun yorum alan otelleri

kapsamaktadır. Toplanan yorumlar her bir hizmet kalitesi boyutunun müşteri memnuniyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla detaylı bir şekilde incelenmiştir. Veri toplama aracı olarak TripAdvisor üzerindeki kullanıcı yorumları kullanılmıştır. Bu yorumlar turizm sektöründe tüketici davranışlarını ve hizmet kalitesi algısını incelemede güvenilir bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Vermeulen ve Seegers, 2009). Bu çalışmada içerik analizi süreci manuel olarak yürütülmüştür. Veriler kodlama sürecinde araştırmacılar tarafından sistematik olarak sınıflandırılmıştır. Analizler sonucu ortaya çıkan bulgular Ayvalık otellerinin hizmet kalitesini geliştirmelerine yönelik uygulanabilir öneriler üretecek biçimde değerlendirilmiştir. Ayrıca kelime bulutu görselleştirmesi, WordArt platformu aracılığıyla müşteri yorumlarında yer alan kelime frekanslarına dayalı olarak üretilmiştir.

Tablo 1. Araştırmada Yorumları Değerlendirilen Ayvalık Otelleri

OTEL KODU	SINIF/TÜR	PUAN	YORUM (2020-2025)	TOPLAM YORUM
Otel 1	Butik Otel	5,0	11	12
Otel 2	Butik Otel	4,9	29	185
Otel 3	Butik Otel	4,8	70	121
Otel 4	Butik Otel	4,7	15	101
Otel 5	Butik Otel	4,4	18	102
Otel 6	2 Yıldızlı Otel	4,4	11	72
Otel 7	4 Yıldızlı Otel	4,2	55	155
Otel 8	4 Yıldızlı Otel	3,6	66	240
Otel 9	3 Yıldızlı Otel	3,6	50	178
Otel 10	3 Yıldızlı Otel	3,5	24	156
Toplam Yorum Sayısı			349	1322

Bulgular ve Yorumlar

30 Kasım 2025 itibarıyla Tripadvisor'da Ayvalık otelleri hakkında toplam 349 yorum bulunmaktadır. İncelenen yorumlar kapsamında toplam 1.575 ifade hizmet kalitesi boyutlarına dağıtılmıştır. Bu ifadelerden 1.273'ü olumlu görüşleri yansıtırken 302'si olumsuz görüşleri içermektedir. Hizmet kalitesi unsurları arasında en fazla yorum 797 ifade ile fiziksel unsurlar boyutunda yoğunlaşmıştır, en az yorum ise 81 ifade ile güven boyutuna aittir.

Tablo 2. Ayvalık Otellerinde Fiziksel Unsurlar Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	N (olumlu)	n (olumsuz)	% (olumlu)	% (olumsuz)
FİZİKSEL UNSURLAR	Otelin, odaların fiziksel özellikleri (dekorasyon, tasarım, konum, manzara vb.)	215	38	85.02	15.02
	Otelin-odaların temizliği	194	45	81.17	18.83
	Hizmet veren personelin fiziksel görünüşü	8	1	88.89	11.11
	Kullanılan araç, gereçlerin teknolojik gelişmelere uygunluğu	11	17	39.29	60.71
	Yemeklerin lezzeti, çeşitliliği	218	50	81.34	18.66
	Toplam	646	151		

Otelin, hizmet veren personelin fiziksel görünüşü % 88.89 oranında ön plana çıkmıştır. Bu sıralamayı takiben odaların fiziksel özellikleri % 85.77 oranında, yemeklerin lezzeti, çeşitliliği % 81.34 oranında olması, otelin-odaların temizliği % 81.17 oranında olması ve son olarak kullanılan araç gereçlerin teknolojik gelişmelere uygunluğu % 39.29 oranında olması sonucunda Fiziksel Unsurlar teması altında yer alan alt temalarda bu otellerin çalışanlarının başarılı olduğu tespit edilmiştir. (646 yorum).

Araştırmada Ayvalık otellerinin fiziksel unsurları ile ilgili olumlu değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Otel Ayvalık merkezde her yere çok kolaylıkla ulaşılır."

"Oda kahvaltı olarak çalışıyorlar ve kahvaltısı gerçekten çok güzel."

"Odalar tertemiz mis gibi kokuyor ve çok emek ve para harcanarak yapılmış gibi duruyor."

"Çalışanlar gayet düzgün ve ilgililer."

"Wifi de iyi çalışıyordu."

Araştırmada Ayvalık otellerinin fiziksel unsurları ile ilgili olumsuz değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Klima iyi çalışmıyordu olumsuz kısım bu olabilir."

"Açık büfe olduğundan dolayı yiyecek kaplarının üzerinde kapak veya streç olmaması beni rahatsız etti."

"Klozetten sürekli su akıyor banyo zaten çok küçük o ortamın içinde yaşamak zorunda kaldık. Kaldığımız süre boyunca bir kere bile odamız temizlenmedi."

"Odamızın kliması bozuktu ve söylememize rağmen 4 gün boyunca yapılmadı."

"Konakladığımız odanın yatağı konforsuzdu. Kıyafet dolabının kulpları yoktu, konforsuz plastik 1 adet sandalye bulunmakta. Klima konumu yanlış olmasından dolayı doğru soğutma sağlanmıyordu. Ayrıca klima çalıştığı süreçte plastik aksamlarından rahatsız edici sesler çıkardığı için gece kullanmak pek mümkün olmayacaktır. Köy olması dolayısıyla çevrede bulunan hayvan kokuları dönem dönem otele yansımakta. Pencerelerin ahşap olması dolayısıyla dışarıdan ses ve rüzgâr uğultusu gelmekte. Mimarî yapısı itibariyle yan odadaki konuşmalar ve merdiven sesleri çok fazla odaya gelmekte. Köy içi yol bozuk, yollar oldukça dar."

Katılımcı ifadeleri incelendiğinde fiziksel unsurlara yönelik olumlu değerlendirmelerin müşteri memnuniyetini desteklediği görülmektedir. Özellikle oda özellikleri, temizlik ve yemek kalitesine ilişkin olumlu deneyimlerin genel hizmet algısını güçlendirdiği anlaşılmaktadır. Buna karşın teknolojik altyapı ve fiziksel konfora ilişkin olumsuzlukların memnuniyeti azalttığı görülmüştür.

Otel işletmesinin söz verdiği ve lanse ettiği hizmet vaatleri ile ilgili olarak % 77.78 oranında ön plana çıkmıştır. Böylece güvenirlik konusunda bu otellerin çalışanları başarılı olduğu tespit edilmiştir (189 yorum).

Tablo 3. Ayvalık Otellerinde Güvenilirlik Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	N (olumlu)	n (olumsuz)	% (olumlu)	% (olumsuz)
GÜVENİRLİK	Otel işletmesinin söz verdiği ve lanse ettiği hizmet vaatleri ile ilgili olarak sözünde durması, güven sağlaması, kusursuz hizmet anlayışı	189	54	77.78	22.22
	Toplam	189	54		

Araştırmada Ayvalık otellerinin güvenilirlik ile ilgili olumlu değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Güven veren bir Konak edasında uzanıyorsunuz yatağınızda."

"En güzelli de kendimizi evimizdeymişiz gibi hissettirmesiydi."

"Oda temizliğinden tutun kahvaltısına kadar her şey 10/10."

"Tekrar geldiğimde başka bir yerde kalmam:) kesinlikle tavsiye ederim."

"Her şeyiyle oteli tavsiye ederim, tekrar Ayvalık'a gelsem, başka otel arayışına girmeden, gönül rahatlığıyla buraya gelirim."

Araştırmada Ayvalık otellerinin güvenilirlik ile ilgili olumsuz değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Bir daha asla tercih ve tavsiye edeceğimizi düşünmüyorum."

"İşçilerini müşterilerinin önünde azarlayıp aşağıladığına şahit olmamız keyifli seyahatimizi tatsız kıldı."

"İşletmecilik anlayışları sıfır. Tekrar gitsem tercih etmem."

"Bilgilerde doktor yazıyor fakat çocuğumuz bir kaza geçirdi apar topar Ayvalık devlet hastanesine götürdük olmalı demiyorum yoksa oraya yazmayın."

"Saygısız değiller ancak olması gerekenden çok daha az iletişimseller. Tavırlarından dolayı bir şey isterken ikinci gün çekinmeye başladık. Kahvaltıda kaliteli bir hizmet var kahvaltı bittiğinde sanki müşteri olma durumunuz sonra eriyor gibi. Bu arada kahve ekstra ücretli ve çıkarken öğreniyorsunuz."

Araştırma bulguları, güvenilir hizmet algısının müşterilerin tekrar ziyaret etme ve oteli tavsiye etme eğilimlerini artırdığını göstermektedir. Buna karşılık hizmet vaatlerinin karşılanmaması ve iletişim sorunlarının müşteri memnuniyetini olumsuz etkilediği anlaşılmıştır.

Çalışanların kendilerini müşteri yerine koyması % 79.52 oranında ön plana çıkmıştır. Böylece empati ve duyarlılık konusunda bu otellerin çalışanları başarılı olduğu tespit edilmiştir. (66 yorum).

Tablo 4. Ayvalık Otellerinde Empati/Duyarlılık Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	N (olumlu)	n (olumsuz)	% (olumlu)	% (olumsuz)
EMPATİ/ DUYARLILIK	Çalışanların kendilerini müşteri yerine koyması, müşterileri ve ihtiyaçlarını tanımak için çaba sarf etmesi, müşterilere özel ilgi gösterilmesi	66	17	79.52	20.48
	Toplam	66	17		

Araştırmada Ayvalık otellerinin Empati/Duyarlılık ile ilgili olumlu değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Çalışanlar çok ilgili ve güler yüzlü."

"Engin Bey misafirlerini rahat ettirebilmek için her şeyle yakından ilgileniyor."

"Her şeyimizle yakinen ve samimiyetle ilgilendi."

"Güler yüzünü eksik etmeyen Otel müdürü ilgisi ve yardımseverliği için ayrıca teşekkürler."

"Özellikle işletmecilerin özel ilgisi ve güler yüzü bizi çok mutlu etti."

Araştırmada Ayvalık otellerinin Empati/Duyarlılık ile ilgili olumsuz değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Otelin sahibi bizi kapıda görür görmez yüksek bir ses tonuyla arabanızı buraya park edemezsiniz dedi."

"Otellerde olan standart kullanımlı kişisel bakım kitleri eksik, yanımızda her şeyi getirdiğimiz için sorun olmadı ancak yine de eksik olduğu dikkatimizi çekti. Odada sadece ilk gün su vardı onun dışında dört gün boyunca su konmadı. İstesek getireceklerine eminiz ama neden her şeyi istemek zorunda olalım?"

"Otele girdiğimiz gün genel bilgilendirme yapılmadı."

"Resepsiyondaki kızın ukala tavırları temizlikçilerin patron gibi takılmaları."

"Cenazemiz olduğunu biraz huzurlu bir oda konusunda yardımcı olmalarını rica ettim, paranın tamamını gönderdim. Annem ve babama otelde tek insan görmemelerine rağmen kötü bir oda vermişler."

Çalışanların ilgili, güler yüzlü ve müşteri odaklı davranışlarının olumlu müşteri deneyimini desteklediği görülmektedir. Buna karşın ilgisiz ve kaba davranışların hizmet kalitesine yönelik olumsuz algı oluşturduğu belirlenmiştir.

Otel işletmesinde çalışanların güler yüzle ve hevesle zamanında ve hızlı hizmet etmesi % 88.78 oranında ön plana çıkmıştır. Ardından müşteriye yardımda istekli olma ve hizmetin en kısa sürede yerine getirilmesi % 79.43 oranında olduğu tespit edilmiştir. Böylece heveslilik temasında bu otellerin çalışanları başarılı olduğu tespit edilmiştir (313 yorum).

Tablo 5. Ayvalık Otellerinde Heveslilik Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	N (olumlu)	n (olumsuz)	% (olumlu)	% (olumsuz)
HEVESLİLİK	Otel işletmesinde çalışanların güler yüzle ve hevesle zamanında ve hızlı hizmet etmesi	174	22	88.78	11.22
	Müşteriye yardımda istekli olma ve hizmetin en kısa sürede yerine getirilmesi	139	36	79.43	20.57
	Toplam	313	58		

Araştırmada Ayvalık otellerinin heveslilik ile ilgili olumlu değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Personel olağanüstü güler yüzlü ve yardımsever."

"Personel ilgili ve güler yüzlü."

"İşletme sahibi ve çalışanları çok güler yüzlü, yardımsever."

"Personel bir harika."

"Güleryüz ev sahipliği harika."

Araştırmada Ayvalık otellerinin heveslilik ile ilgili olumsuz değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Güleryüz sıfır. Girişte oda anahtarı dışında hiçbir bilgilendirme bile yapılmadı."

"İfadeleri sert ve kaba bir şekilde söylediğinde oldukça şaşırdık. Yolda telefon açıp otele ulaşmamızın geç olacağını nezaketen bildirmişiz ama kendisi bize ne o günkü konuşmada ne rezervasyon sırasında ne de ön ödeme vs gibi durumlar için kurduğumuz diyaloglarda taşıt giremez sokakta olduklarını, hangi otoparkı kullanabileceğimizi belirtmemişti."

"Otel sahibi yüksek volümlü ve agresif konuşmasıyla birlikte zoraki kaydımızı aldı. Nihayetinde ama yine zoraki bir şekilde otopark tarif etti."

"Otel sahibi de bir o kadar kaba ve zorba."

"Otel işletmecisine belirttiğimizde bir mahcubiyet de hissetmediler."

Hızlı, istekli ve yardımsever hizmet sunumunun müşteri memnuniyetini artırdığı görülmektedir. Buna karşılık isteksiz davranışlar ve yetersiz bilgilendirme süreçlerinin müşteri deneyimini olumsuz etkilediği anlaşılmıştır.

Hizmet kalitesinin son boyutu olan güven boyutunda da daha çok olumlu yorumların öne çıktığı görülmektedir (59 adet). Personelin müşteriye güven vermesi % 74.07 oranında ön plana çıkmıştır. Bunu takiben otel işletmesinin vereceği hizmetin herhangi bir risk veya tehlike oluşturmaması % 70.37 oranında olduğu tespit edilmiştir. Böylece güven konusunda bu otellerin çalışanları başarılı olduğu tespit edilmiştir (59 yorum).

Tablo 6. Ayvalık Otellerinde Güven Boyutuna Yönelik Değerlendirmeler

Ana Tema	Alt Tema	N (olumlu)	n (olumsuz)	% (olumlu)	% (olumsuz)
GÜVEN	Otel işletmesinin vereceği hizmetin herhangi bir risk veya tehlike oluşturmaması	19	8	70.37	29.63
	Personelin müşteriye güven vermesi	40	14	74.07	25.93
	Toplam	59	22		

Araştırmada Ayvalık otellerinin güven ile ilgili olumlu değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Ekibi ayrıca tebrik ediyoruz. Resepsiyondan mutfağa ve temizliğe kadar tüm ekip 10 numara!"

"Covid tedbirleri genel alanlar olarak her şey mükemmeldi."

"Covid önlemleri gösterişe yönelik değil gayet itinalı."

"Tüm çalışanları çok başarılı."

"Pandemi kurallarına özen gösteriliyor."

Araştırmada Ayvalık otellerinin güven ile ilgili olumsuz değerlendirmelere örnekler aşağıda verilmiştir:

"Banyo muslukları sağlıklı çalışmıyor."

"Resepsiyonu aradığımda ismi "Ada" olan bir görevli tarafından "ben zaten emlakçı, galericiyim, bu otelde geçici olarak çalışıyorum, umurumda değil şikâyetin" diye terslendiğim ismi otel olan bir Ticarethane!"

"…Ertesi gün sabah kardeşim de cenazeye katılmak üzere ailemin odasına girmek istediğinde derhal 1000 TL talep edilmiş."

"Tek puanı otoparktaki aracımın anahtarını ısrarla almak istemeleri ve bu konuda çok ısrarcı olmalarından dolayı kırdım."

"Ben eşim ve çocuğum ayrı günlerde yediğimiz gıdalardan zehirlendik."

Hijyen, sağlık önlemleri ve çalışanların profesyonel davranışlarının müşterilerin güven algısını güçlendirdiği görülmektedir. Buna karşılık teknik sorunlar ve olumsuz çalışan tutumlarının müşterilerde güvensizlik oluşturduğu belirlenmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde fiziksel unsurlar, güvenilirlik, empati, heveslilik ve güven boyutlarına yönelik olumlu müşteri deneyimlerinin genel memnuniyet algısını desteklediği görülmektedir. Özellikle fiziksel koşulların yeterli bulunması ve çalışanların ilgili davranışları müşteri memnuniyetini artırırken, güvenilir hizmet anlayışının müşterilerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme eğilimlerini güçlendirdiği anlaşılmaktadır. Buna karşılık fiziksel yetersizlikler, iletişim sorunları ve çalışan tutumlarına ilişkin olumsuz deneyimlerin hizmet kalitesine yönelik algıyı zayıflattığı görülmüştür.

Sonuç ve Öneriler

Tripadvisor değerlendirmeleri Ayvalık'taki otellerin hizmet kalitesi bakımından önemli bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen içerik analizi bulgularını görselleştirmek amacıyla müşteri yorumlarında en sık tekrar eden ifadeler temel alınarak kelime bulutu oluşturulmuştur. Bu görselleştirme, verilerde öne çıkan temaların daha anlaşılır biçimde ortaya konulmasına katkı sağlamaktadır.

Şekil 1. İçerik Analizi Sonucunda Elde Edilen Kelime Bulutu



Kelime bulutu incelendiğinde "temiz", "misafirperverlik", "konum", "hizmet", "memnuniyet", "güleryüz" ve "kahvaltı" gibi kavramların ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durum, Ayvalık'taki otellerde müşteri deneyimini belirleyen temel unsurların hem fiziksel hizmet kalitesi hem de personel etkileşimi etrafında şekillendiğini göstermektedir.

Otellerin doğal çevresinin sunduğu estetik değer, odaların fiziksel donanımı ve stratejik konumları, bölgeyi konaklama ve turizm açısından cazip kılmaktadır. İncelemeler fiziksel koşullar açısından odaların temizliği, kullanılan ekipmanların teknolojik yeterliliği ve yemeklerin kalitesinin misafirler tarafından sıkça övgüyle karşılandığını göstermektedir. Bunun yanı sıra personelin misafir odaklı yaklaşımı, hevesli ve empatiye dayalı tutumu ziyaretçiler tarafından olumlu şekilde değerlendirilmiştir. Ancak bazı durumlarda hizmetin güvenilirliği ve kusursuz sunumu konusunda eksiklikler gözlemlenmekte olup bu alanlarda geliştirme ihtiyacı bulunmaktadır. Bu çerçevede otellerin güçlü yanlarının ön plana çıkarılması, mevcut eksikliklerin giderilmesi ve misafir memnuniyetini artıracak uygulamaların yaygınlaştırılması Ayvalık otellerinin rekabetçi konumunu güçlendirirken bölgesel turizme de önemli katkılar sağlayacaktır.

Analiz bulgularına göre Ayvalık otelleri doğal çevreleri, konumsal avantajları, fiziksel imkânları ve sundukları hizmet çeşitliliği sayesinde bölgesel turizm açısından dikkate değer bir potansiyele sahiptir. Özellikle odaların fiziksel nitelikleri, tesislerin hijyen düzeyi, yemeklerin kalitesi ile personelin samimi ve istekli hizmet yaklaşımı, misafir memnuniyetini yükselten temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Tripadvisor değerlendirmelerinde fiziksel unsurlara ilişkin geri bildirimlerin büyük bölümünün olumlu olması Ayvalık'taki otellerin hizmet sunumunda yüksek bir kalite düzeyine ulaştığını ortaya koymaktadır. Buna ek olarak güven, empati/duyarlılık ve güvenilirlik temalarında da ziyaretçiler tarafından genel anlamda olumlu görüşler bildirilmiş çalışanların misafirlerle birebir ilgilenmesi, yardımsever tavırları ve güven veren davranışları hizmet kalitesine önemli katkı sağlamıştır. Ancak özellikle güvenilirlik temasında bazı hizmet vaatlerinin tam anlamıyla yerine getirilmediğine yönelik yorumlar bu konuda geliştirilmesi gereken noktalar olduğunu göstermektedir. Ayrıca teknolojik ekipmanların yenilenmesi ve dijital dönüşüm süreçlerine uyumun artırılması gerekliliği de elde edilen bulgular arasında yer almaktadır.

İçerik analizi sürecinde elde edilen kodlama bulguları, müşteri yorumlarında en yoğun tekrar eden temaların fiziksel unsurlar, temizlik, personel davranışı, konum avantajı ve hizmet memnuniyeti etrafında şekillendiğini göstermektedir. Özellikle fiziksel unsurlar temasında oda temizliği, dekorasyon, manzara ve tesis düzenine ilişkin olumlu ifadelerin yoğunluk kazandığı görülmüştür. Empati ve heveslilik boyutlarında ise çalışanların misafirlerle kurduğu birebir iletişim, yardımsever yaklaşımı ve hızlı çözüm üretme becerileri ön plana çıkmıştır. Buna karşın güvenilirlik boyutunda bazı kullanıcıların hizmet vaatlerinin eksiksiz yerine getirilmemesi, rezervasyon süreçlerinde yaşanan aksaklıklar ve teknik yetersizlikler konusunda olumsuz değerlendirmelerde bulunduğu belirlenmiştir. Kodlama sürecinde ortaya çıkan bu tematik örüntüler Ayvalık otellerinde müşteri memnuniyetini etkileyen unsurların yalnızca fiziksel hizmet kalitesiyle sınırlı olmadığı gibi aynı zamanda dijital hizmet yeterliliği, iletişim kalitesi ve hizmet sürekliliği gibi unsurlarla da doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak Ayvalık otellerinin hizmet kalitesini en üst seviyeye taşıyabilmesi için güçlü yönlerin desteklenmesi, mevcut eksikliklerin giderilmesi ve dijitalleşme ile müşteri merkezli hizmet stratejilerinin daha etkili biçimde uygulanması önem taşımaktadır. Bu çerçevede teknolojik kullanımların

geliştirilmesi, hizmet vaatlerinin eksiksiz yerine getirilmesi, müşteri deneyiminin düzenli olarak takip edilmesi ve otellerin daha etkili tanıtım faaliyetleri yürütmesi Ayvalık'ı hem rekabet gücü yüksek bir destinasyon hâline getirebilir hem de bölgesel turizmin sürdürülebilirliğine anlamlı katkılar sunabilir.

Ayvalık otelleri sahip oldukları doğal güzellikler, odaların fiziksel nitelikleri, konum avantajları ve zengin turistik potansiyeli ile bölgesel turizme ve yerel ekonomiye katkı sunabilecek önemli tesisler olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte hizmetin güvenilirliği ve kusursuz sunumu, dijitalleşme ve yenilik eksiklikleri gibi bazı alanlarda geliştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çerçevede otellerin mevcut eksikliklerin giderilmesini etkin şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Literatürde bu alanda gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde Esen ve Tandoğan (2025) tarafından yürütülen çalışmada, butik otellerin hizmet kalitesi değerlendirmelerinde kullanıcıların en çok fiziksel unsurları (oda konforu, dekorasyon, temizlik vb.) ön plana çıkardığı ve buna karşılık özellikle fiyat-performans dengesi ile vaat edilen hizmetlerin sağlanması konularında "güvenirlik" boyutuna ilişkin eleştirilerin yoğun olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Gerenaz ve Yetgin (2021) araştırması temizlik, personelin tutumu ve yiyecek-içecek hizmetlerinin misafir memnuniyetini doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar Ayvalık'taki oteller üzerinde yapılan analizle uyumludur. Ancak burada fiziksel unsurlar genel olarak olumlu karşılanırken hizmetin güvenilirliği ve kusursuz sunumu konusunda bazı eksiklikler kullanıcı yorumlarında öne çıkmıştır. Dolayısıyla mevcut literatür farklı otel türleri ve bölgelerde Tripadvisor yorumlarının hizmet kalitesini değerlendirmede güvenilir bir araç olduğunu gösterirken Ayvalık örneği de bu eğilimi desteklemektedir. Kaleözü ve Deniz (2025) tarafından yürütülen araştırmada ise butik otellerin Tripadvisor üzerindeki yorumlarının hizmet kalitesi boyutları açısından analiz edilmesine imkân tanıdığını ortaya koymaktadır. Toker (2024) tarafından yapılan çalışmada Ankara'daki lüks otellere dair kullanıcı geri bildirimlerinin temizlik, personel davranışı ve yiyecek-içecek hizmetlerinin misafir memnuniyetini belirlemede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Bu sonuçlar Ayvalık'taki otellere yönelik yapılan analizle uyum göstermektedir. Ayrıca Ayvalık otellerinde fiziksel imkânlar genellikle olumlu değerlendirilmiş fakat hizmetin güvenilirliği ve eksiksiz sunumu konularında bazı yetersizlikler kullanıcı yorumlarında dikkat çekmiştir. Bu durumda mevcut araştırmalar farklı otel türleri ve bölgelerde Tripadvisor yorumlarının hizmet kalitesini ölçmede güvenilir bir araç olduğunu ortaya koymakta ve Ayvalık örneği de bu genel eğilimi doğrulamaktadır. Araştırma Ayvalık'taki otellerin Tripadvisor yorumları üzerinden hizmet kalitesini değerlendirmekte ve bölgesel turizm deneyimi ile ziyaretçi memnuniyeti bağlamında kayda değer çıkarımlar sağlamaktadır.

Ayvalık otellerinin hizmet kalitesi açısından eksikliklerinin giderilmesi ve potansiyel sorunların önlenmesi için şu önerilerde bulunulabilir:

- Odalarda ve ortak alanlarda kullanılan teknolojik cihazlar yenilenmeli ve altyapıya yönelik güçlendirmeler yapılmalıdır.
- Dijital uygulamalar (online check-in, dijital menü, mobil hizmet sistemleri) geliştirilerek hizmet süreçleri iyileştirilmelidir.

- Otelin tanıtım kanallarında yer alan hizmet vaatleri güncellenmeli ve rezervasyon sırasında verilen sözler eksiksiz karşılanmalıdır.
- Hizmet aksaklıklarını telafi eden standart prosedürler oluşturulmalı ve misafire şeffaf şekilde sunulmalıdır.
- Personelin güven veren bir iletişim tarzı benimsemesi için profesyonellik, davranış, kriz yönetimi ve misafir psikolojisi eğitimleri artırılmalıdır.
- Hijyen, güvenlik, risk ve tehlikeye yönelik uygulamaları görünür hâle getirilmeli ve misafirler bu süreçler hakkında düzenli bilgilendirilmelidir.
- Ödeme ve kişisel veri güvenliğine yönelik dijital koruma sistemleri güncellenmelidir.
- Operasyonel süreçlerde gecikmeleri azaltmak için kontrol listeleri ve standart işlem akışları geliştirilmelidir.
- Misafir taleplerine hızlı yanıt sağlayacak dijital geri bildirim ve şikâyet yönetim sistemi kurulmalıdır.
- Misafir yorumları düzenli olarak analiz edilmeli ve hizmet iyileştirmeleri bu verilere dayandırılmalıdır.

Bu öneriler, Ayvalık otellerinde hizmet kalitesi kapsamında tespit edilen zayıf noktaların iyileştirilmesine ve ortaya çıkabilecek sorunların kontrol altına alınmasına yönelik kapsamlı bir gelişim çerçevesi sunmaktadır. Belirtilen geliştirme yaklaşımlarının hayata geçirilmesiyle birlikte, Ayvalık'taki otellerin hizmet düzeylerinde belirgin bir yükseliş sağlanabileceği gibi, bölgenin turistik rekabet düzeyinin ve misafir memnuniyetinin de kayda değer biçimde artması mümkün olacaktır.

Kaynakça

Avan, S., & Dülgaroğlu, O. (2024). Turizmde sürdürülebilir destinasyon yönetimi: Ayvalık Küçükköy Sentrum Projesi örneği. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi, 8(2). 1-12.

Avan, S., & Dulgaroglu, O. (2026). YouTube üzerinden destinasyon tanıtımına ilişkin keşifsel bir araştırma: Ayvalık örneği. Sakarya İletişim, Advanced Online Publication, 18-33. https://izlik.org/JA97TC99ET

Avan, S., Korkmaz, H. C., & Dulgaroglu, O. (2024). Uluslararası otel işletmeciliği kapsamında Türkiye'ye genel bir bakış: Wyndham ve Accor otel zinciri örnekleri. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 8(1), 137-152. https://doi.org/10.32958/gastoria.1449765

Ayvalık Belediyesi. (2025). 2025–2029 yılları stratejik plan. http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/hAFiy+AYVALIK_BELEDIYESI_2025-2029_Yillari_Stratejik_Plan.pdf [Erişim Tarihi: 20.11.2025].

Bezirgan, M., & Kömür, T. (2019). Konaklama arz yapısı bakımından turistik destinasyonlarda dış çevre analizi: Ayvalık örneği. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22(1), 295–311.

Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56(3), 55–67. https://doi.org/10.1177/002224299205600304

Dülgaroğlu, O., & Avcıkurt, C. (2022). Konaklama işletmelerinin sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri içerik paylaşımlarında Koronavirüs (Covid-19) Salgını etkisi: Ayvalık otelleri örneği. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(48), 493-506. https://doi.org/10.31795/baunsobed.1003483

Dülgaroğlu, O., & Gündoğdu, İ. (2023). Cunda adası'nın rekreasyonel ve turistik potansiyel açısından GZFT analizi. International Journal of Contemporary Tourism Research, 7(2), 106-116. http://doi.org/10.30625/ijctr.1385025

Esen, Ö., & Karakaş Tandoğan, G. (2025). Butik şarap otellerinde hizmet kalitesi boyutlarının Tripadvisor yorumları üzerinden değerlendirilmesi. Journal of Global Tourism and Technology Research, 5(1), 44–55.

Gerenaz, H., & Yetgin, D. (2021). SPA otel işletmelerinin çevrimiçi müşteri değerlendirmeleri: Tripadvisor örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 13(3), 2800–2818. https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1291

Gürsoy, M. N., & Çalhan, H. (2024). Konaklama sektöründe dijital teknolojiler üzerine bir değerlendirme. Selçuk Turizm ve Bilişim Araştırmaları Dergisi, 6, 1–20.

Kaleözü, S., & Deniz, S. (2025). eWOM ve müşteri deneyimi ilişkisi: Butik otel yorumlarının SERVQUAL modeliyle incelenmesi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 17(2), 1677–1697. https://doi.org/10.20491/isarder.2025.2059

Law, R. (2006). Internet and tourism. Part XXI. TripAdvisor. Journal of Travel & Tourism Marketing, 20(1), 75–77.

Öztürk, S. A. (2000). Hizmet kalitesi ölçümünde yeni bir yaklaşım: Kritik olaylar tekniği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 11(2), 57–68.

Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. Information Technology & Tourism, 22(3), 455–476.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research (SERVQUAL). Journal of Marketing, 49(4), 41–50. https://doi.org/10.2307/1251430

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Roy, B. K., & Pagaldiviti, S. R. (2023). Advancements in arena technology: Enhancing customer experience and employee adaptation in the tourism and hospitality industry. Smart Tourism, 1–14. https://www.researchgate.net/publication/375716508_Advancements_in_arena_technology_Enhancing_customer_experience_and_employee_adaptation_in_the_tourism_and_hospitality_industry [Erişim Tarihi: 21.11.2025].

Seale, C. (1999). Quality in qualitative research. Qualitative Inquiry, 5(4), 465–478.

Shemwell, D. J., & Yavas, U. (1999). Measuring service quality in hospitals: Scale development and managerial applications. Journal of Marketing Theory and Practice, 7(3), 65–75. https://doi.org/10.1080/10696679.1999.11501802

Sigala, M. (2012). Exploiting Web 2.0 for new service development: Findings and implications from the Greek tourism industry. International Journal of Tourism Research, 14(6), 551–566.

Silverman, D. (2001). Interpreting qualitative data: Methods for analysing talk, text and interaction. Sage.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2025). Konaklama istatistikleri. http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201122/belediye-belgeli-tesis-konaklamaistatistikleri.html [Erişim Tarihi: 22.11.2025].

Toker, T. (2024). TripAdvisor yorumlarının incelenmesi: Önde gelen Ankara otellerinde konuk tutma stratejilerinin geliştirilmesine yönelik müşteri geri bildirimlerinin araştırılması. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 21(3), 589–614. https://doi.org/10.24010/soid.1432200

TripAdvisor. (2025). Tripadvisor hakkında. https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us [Erişim Tarihi: 22.11.2025].

Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, 10, 188–201.

Vermeulen, I. E., & Seegers, D. (2009). Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration. Tourism Management, 30(1), 123–127.

Yılmaz, E. S. (2020). TripAdvisor web sitesine yapılan otel yorumları ve tüketici davranışları üzerindeki etkileri: Bir İstanbul örneği. Advances in Hospitality and Tourism Research, 8(1), 1–29. https://doi.org/10.30519/ahtr.536303