

Konaklama ??letmeleriyle ?lgili ?nternet Sitelerindeki Yorumlara ?li?kin ?l?ek

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *Konaklama ??letmeleriyle ?lgili ?nternet Sitelerindeki Yorumlara ?li?kin ?l?ek*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=24995>

Özet

Konaklama İletmeleriyle İlgili İnternet Sitelerindeki Yorumlara İlişkin Ölçek, özellikle konaklama İletmeleri hakkında internet sitelerinde yer alan çevrimiçi yorumların, potansiyel tüketicilerin satın alma ve karar alma süreçleri üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla geliştirilmiş bir araçtır. Ölçek, 2016 yılında Doğan, Sert ve Tutan tarafından yürütülen kapsamlı bir araştırmaya neticesinde geliştirilmiştir. Yapılan psikometrik analizler, ölçeğin yüksek düzeyde güvenilirliğe ve geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir, böylece çevrimiçi itibarın ve kullanıcı geri bildirimlerinin turizm sektöründeki etkisini anlamada kritik bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Konaklama İletmeleri, çevrimiçi yorumlar, tüketici davranışları, ölçek geliştirme, açıklayıcı faktör analizi, güvenilirlik, tüketici karar süreci, turizm.

Yazarlar

Sait DOĞAN, Serhat SERT, Emrah TUTAN

Amaç

Bu ölçeğin temel amacı, konaklama İletmeleri ile ilgili internet sitelerinde (örneğin, rezervasyon platformları veya sosyal medya) yer alan kullanıcı yorumlarının, hedef kitlenin (özellikle akademisyenlerin) satın alma kararları üzerindeki algılanan etki düzeyini nicel olarak belirlemek için geçerli ve güvenilir bir ölçüm aracı sunmaktır. Araştırma, çevrimiçi itibar yönetiminin ve kullanıcı tarafından üretilen içeriğin (UGC) önemini vurgulamaktadır.

Yapı

Ölçek, katılımcıların, konaklama hizmetlerine yönelik çevrimiçi geri bildirimlerin çeşitli boyutlarının kendi karar süreçlerini ne ölçüde etkilediğini değerlendirmelerine olanak tanıyan çok boyutlu bir yapıyı ölçmektedir. Çalışmada, çevrimiçi yorumların içeriği (personel hizmetleri, yemek kalitesi, tesis özellikleri vb.) temel alınarak, bu yorumların bireyin algılanan riskini azaltma ve nihai tüketici karar süreci üzerindeki etkisini değerlendiren faktörler ortaya çıkarılmıştır.

Geçerlik

Ölçeğin yapı geçerliliğini incelemek amacıyla açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanmıştır. Analiz sonuçları, ölçeğin altında yatan yapıların sağlam olduğunu teyit etmiştir. AFA neticesinde, öz değeri (eigenvalue) 1,0'ın üzerinde olan üç temel faktör belirlenmiştir. Bu üç faktör, ölçekteki maddelerin varyansının toplamda %54,23'ünü açıklamaktadır; bu oran, psikometrik açıdan

kabul edilebilir düzeyde bir yapı geçerliliğine işaret etmektedir.

Güvenirlilik

Ölçeğin iç tutarlılığı ve dolayısıyla güvenirliliği, çeşitli istatistiksel yöntemlerle test edilmiştir. Hesaplanan Cronbach alfa katsayısı 0,875 olarak bulunmuştur. Ayrıca, Guttman Split Half Coefficient katsayısı ise 0,829 olarak hesaplanmıştır. Her iki katsayının da 0,80'in üzerinde olması ($0,80 \leq \alpha < 1,00$ aralığı), ölçeğin yüksek düzeyde güvenirliliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu yüksek iç tutarlılık, ölçek maddelerinin aynı yapıyı tutarlı bir şekilde ölçtüğünü kanıtlar.

Faktör Analizi

Ölçeğin faktör yapısını belirlemek için kullanılan açıklayıcı faktör analizi, çevrimiçi yorumların tüketici karar üzerindeki etkisini temsil eden üç ana boyutun varlığını ortaya koymuştur. Bu faktörler, ölçek maddelerinin büyük bir kısmının başlıca bir şekilde gruplandırılmıştır. Belirlenen üç faktör, ölçülen değişkenliğin yarısından fazlasını (%54,23) açıklayarak, ölçeğin teorik yapısının güçlü olduğunu desteklemektedir. Faktörlerin içeriği, büyük olasılıkla hizmet kalitesi, personel etkileşimi ve ürün/hizmet özellikleri gibi temel konaklama deneyimi bileşenlerine odaklanmaktadır.

Araç

Test Türü: Geliştirme Ölçeği (Development Scale)

Format: 5'li Likert ölçeği (1= hiç etkili değil - 5= çok etkili). Katılımcılar, çevrimiçi yorumların karar süreçleri üzerindeki etki düzeyini bu format üzerinden derecelendirirler.

Mevcut Diller: Türkçe

Hedef Kitle: Tüketiciler, özellikle konaklama işletmeleri hizmetlerini kullanan veya kullanmayan dükünen bireyler.

Yaş Grubu: Yetkinler (Örnekleme Ankara'da çalışan öğretim elemanlarından oluşmuştur.)

Popülasyon Detayları: Araştırma, Ankara'da görev yapan öğretim elemanları üzerine odaklanmıştır. Bu spesifik grup, genellikle internet kullanımında yüksek düzeyde yetkinliğe sahip, eğitimli bir tüketici segmentini temsil etmektedir.

Test Metodolojisi: Veri toplama, anket yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş olup, elde edilen veriler üzerinden geçerlik için açıklayıcı faktör analizi, güvenirlilik için ise Cronbach alfa katsayısı

hesaplamalar yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Online itibar, çevrimiçi değerlendirilmeler, turizm pazarlaması, otelcilik, Likert ölçeği, güvenirlilik katsayısı, hizmet kalitesi, tüketici algısı.

Yazarlar

Yazar ORCID Tanımlayıcı: Bilgi mevcut değildir.

İletişim E-posta Adresleri: saitdogan@aksaray.edu.tr

Yazın Adresi: Sait DOĞAN (Sorumlu Yazar)

Özinler, Ücret ve Test Yılı

Ölçek, 2016 yılında yayımlanan akademik bir çalışmada kapsamında geliştirilmiştir. Ölçeğin ticari olmayan akademik araştırmalarda kullanımı için yazar(lar) ile iletişime geçilmesi önerilir. Sorumlu yazar: Sait DOĞAN.

Çalışmanın orijinal PDF belgesi aşağıdaki adresten indirilebilir: [konaklama-isletmeleriyle-ilgili-internet-sitelerindeki-yorumlara-iliski-olcek-toad.pdf](#)

Kaynaklar

Doğan, S., Sert, S. ve Tutan, E. (2016). Konaklama işletmeleriyle ilgili internet sitelerinde yer alan yorumların tüketici karar sürecine etkisi: Ankara'da çalışan işletme elemanları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(30), 175-191.

Makalenin orijinal yazınına şu bağlantıdan erişilebilir: ijmeb.org

Konaklama İşletmeleriyle İlgili İnternet Sitelerindeki Yorumlara İlişkin Ölçek Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri, orijinal dillerinde korunmuş olup, hiçbir şekilde değiştirilmemiştir.

Konaklama işletmesinin personelinin müşterilere yaklaşımı ile ilgili yorumlar.

Konaklama işletmesinin yemekleri ile ilgili yorumlar