

**University: İstanbul Kultur University**

**Institute: Institute of Graduate Studies**

**Department: Business Administration**

**Program: Master of Business Administration**

**Supervisor: Asst Prof. Dr. Kemal Özkan Yılmaz**

**Degree Awarded and Date : MA – June 2025**

## **ABSTRACT**

### **The Impact of Social Media on the Restaurant Industry: A Bibliometric Analysis Study**

**Hagar Hosameldin Moustafa Hamido Moustafa**

This study investigates the impact of social media on the restaurant industry, focusing on customer engagement, brand perception, customer loyalty, and consumer behavior. Given the increasing role of digital platforms in shaping consumer choices, this research aims to better understand how social media contributes to restaurant success. A bibliometric study of papers indexed in Web of Science and Scopus from 2010 to 2025 is conducted using the R package Bibliometric as part of a mixed-method approach. There were 148 documents in Scopus and 148 documents on the Web of Science. This method identifies the Annual Scientific Production, Most Cited Authors, Most Cited Works, Most Relevant Sources, Most Cited Countries, and Co-occurrence Network related to social media and restaurant marketing. The findings reveal significant academic interest in the intersection of social media and hospitality, highlighting the dominant themes and trends in literature. This analysis provides valuable insights for researchers and practitioners by identifying key focus areas and revealing how social media influences customer behavior and restaurant performance. Additionally, the study suggests a conceptual research model that shows how social media presence affects restaurant results. The methodology specifically ties social media activity to menu preferences, customer interaction, and brand perception, all of which influence sales growth, customer loyalty, and overall business performance.

**Keywords: Social Media, Restaurants, Bibliometric Analysis, Customer Engagement, and Influencer.**

**ÜNİVERSİTE: İstanbul Kültür Üniversitesi**

**Enstitüsü : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Dalı : İşletme**

**Programı : İşletme**

**Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Kemal Özkan Yılmaz**

**Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans- Haziran 2025**

## **ÖZET**

### **Restoran Endüstrisinde Sosyal Medyanın Etkisi: Bibliyometrik Bir Analiz Çalışması**

**Hagar Hosameldin Moustafa Hamido Moustafa**

Bu çalışma, sosyal medyanın restoran endüstrisi üzerindeki etkisini incelemekte olup müşteri etkileşimi, marka algısı, müşteri sadakati ve tüketici davranışına odaklanmaktadır. Dijital platformların tüketici tercihlerini şekillendirmedeki artan rolü göz önüne alındığında, bu araştırma sosyal medyanın restoran başarısına nasıl katkı sağladığını daha iyi anlamayı amaçlamaktadır. 2010–2025 yılları arasında Web of Science ve Scopus'ta indexlike makaleler üzerinde, karma yöntem yaklaşımının bir parkas olarak R Bibliometric paketi kullanılarak bibliyometrik bir analiz yapılmıştır. Scopus'ta 148 ve Web of Science'ta 148 belge incelenmiştir. Bu yöntem, sosyal medya ve restoran pazarlamasıyla ilgili Yıllık Bilimsel Üretim, En Çok Atıf Alan Yazarlar, En Çok Atıf Alan Çalışmalar, En İlgili Kaynaklar, En Çok Atıf Alan Ülkeler ve Eş-Oluşum Ağı gibi göstergeleri belirlemiştir. Bulgular, sosyal medya ile misafirperverlik (hospitality) kesişimindeki akademik ilgiyi ortaya koymakta ve literatürdeki baskın temaları ve eğilimleri vurgulamaktadır. Bu analiz, araştırmacılar ve uygulayıcılar için önemli odak alanlarını tanımlayarak sosyal medyanın müşteri davranışı ve restoran performansını nasıl etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, çalışma sosyal medya varlığının restoran sonuçlarını nasıl etkilediğini ortaya koyan kavramsal bir araştırma modeli önermektedir. Metodoloji, sosyal medya faaliyetlerini menü tercihleri, müşteri etkileşimi ve marka algısı ile ilişkilendirerek bunların satış artışı, müşteri sadakati ve genel iş performansını nasıl şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Sözcükler: Sosyal Medya, Restoranlar, Bibliyometrik Analiz, Müşteri Etkileşimi, Influencer**