

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi

Journal of Theory and Practice in Marketing

Cilt / Volume 2 | Sayı / Issue 2 | Ekim / October 2016

Derginin Adı : Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi
Derginin İngilizce Adı : Journal of Theory and Practice in Marketing
Dergi Web Adresi : <http://betadergi.com/patu>
Yayıncı Kuruluş : Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
Editör : Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN
Editör Yardımcıları : Arş. Gör. Mahmut Sami İŞLEK
Arş. Gör. Semra DOĞAN ÇİFCİ

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi Nisan ve Ekim aylarında olmak üzere dergi yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergide yayınlanan yazılar kaynak gösterilmeksizin kısmen veya tamamen iktibas edilemez. Derginin elektronik versiyonuna <http://betadergi.com/patu> adresinden ulaşılabilir.

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi

- Akademia Sosyal Bilimler İndeksinde (ASOS INDEX – www.asosindex.com)
- Research Bible Academic Resource Index’te

indekslenmekte ve taranmaktadır.

NOT: bu sayı Nisan 2016’te basılmıştır.

Danışma Kurulu

Doğan Yařar AYHAN - Başkent Üniversitesi
Michael J. BAKER – University of Strathclyde, Birleşik Krallık
Michael BASIL - University of Lethbridge, Kanada
Tamer ÇAVUŞGİL – Georgia State University, ABD
Fuat FIRAT – University of Texas-Pan American, ABD
Güliz GER-Bilkent Üniversitesi
Uđur GÜLLÜLÜ - Atatürk Üniversitesi
İsmail KAYA - İstanbul Üniversitesi
Philip J. KITCHEN – ESC Rennes, Fransa
Charles PATTI – University of Denver, ABD
Selime SEZGİN – İstanbul Bilgi Üniversitesi
Necdet TİMUR – Anadolu Üniversitesi
Ömer TORLAK - Rekabet Kurumu

Hakem Listesi

Serkan AKINCI – Akdeniz Üniversitesi
Şafak AKSOY – Akdeniz Üniversitesi
Ayşe AKYOL – Trakya Üniversitesi
Sanem ALKİBAY – Gazi Üniversitesi
Murat Hakan ALTINTAŞ – Uludağ Üniversitesi
Remzi ALTUNIŞIK – Sakarya Üniversitesi
Metin ARGAN – Anadolu Üniversitesi
Müge ARSLAN – Marmara Üniversitesi
Ş. Sinem ATAKAN – Özyeđin Üniversitesi
Canan AY – Celal Bayar Üniversitesi
Kenan AYDIN – Yıldız Teknik Üniversitesi
Hasan AYYILDIZ – Karadeniz Teknik Üniversitesi
Muazzez BABACAN – Dokuz Eylül Üniversitesi
Ahmet BARDAKÇI – Pamukkale Üniversitesi
Gülfidan BARIŞ – Anadolu Üniversitesi
Süleyman BARUTÇU – Pamukkale Üniversitesi
Selda BAŞARAN ALAGÖZ – Necmettin Erbakan Üniversitesi
Şebnem BURNAZ – İstanbul Teknik Üniversitesi
Burcu CANDAN – Kocaeli Üniversitesi
Emrah CENGİZ – İstanbul Üniversitesi
Güldem CERİT – Dokuz Eylül Üniversitesi

Serap ÇABUK – Çukurova Üniversitesi
Sertaç ÇİFCİ – Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Aysel ERCİŞ – Atatürk Üniversitesi
Meltem ERDOĞAN – Anadolu Üniversitesi
Nezihe Figen ERSOY – Anadolu Üniversitesi
Zeliha ESER - Başkent Üniversitesi
Ercan GEGEZ – Marmara Üniversitesi
Mustafa GÜLMEZ – Akdeniz Üniversitesi
Nazan GÜNAY – Ege Üniversitesi
Mehmet Emin İNAL – Akdeniz Üniversitesi
Yusuf KARACA– Afyon Kocatepe Üniversitesi
Kurtuluş KARAMUSTAFA – Erciyes Üniversitesi
Elif KARAOSMANOĞLU – İstanbul Teknik Üniversitesi
Bahtışen KAVAK – Hacettepe Üniversitesi
İbrahim KIRCOVA – Yıldız Teknik Üniversitesi
Akın KOÇAK – Ankara Üniversitesi
Cenk KOÇAŞ – Sabancı Üniversitesi
Hüseyin Sabri KURTULDU – Karadeniz Teknik Üniversitesi
Salih KUŞLUVAN – İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Canan MADRAN – Dokuz Eylül Üniversitesi
Sima NART – Sakarya Üniversitesi
Aslıhan NASIR – Boğaziçi Üniversitesi
Süphan NASIR – İstanbul Üniversitesi
Abdullah OKUMUŞ – İstanbul Üniversitesi
Mine OYMAN – Anadolu Üniversitesi
Murat ÖZ – Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Fatma Zeynep ÖZATA - Anadolu Üniversitesi
Erkan ÖZDEMİR – Uludağ Üniversitesi
Şuayip ÖZDEMİR – Afyon Kocatepe Üniversitesi
Alper ÖZER – Ankara Üniversitesi
Behçet Yalın ÖZKARA - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Müjdat ÖZMEN – Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Sevgi Ayşe ÖZTÜRK – Anadolu Üniversitesi
Cihat POLAT – Niğde Üniversitesi
Ayşe ŞAHİN – Mersin Üniversitesi
Mustafa TANYERİ – Dokuz Eylül Üniversitesi
Muhammet Ali TİLTAY – Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Mehpare TOKAY ARGAN – Bilecik Üniversitesi
Cevat TOSUN – Gazi Üniversitesi

Nimet URAY – İstanbul Teknik Üniversitesi
Ebru UZUNOĞLU – İzmir Ekonomi Üniversitesi
Cevahir UZKURT – T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
Kaan VARNALI – Bilgi Üniversitesi
Meltem Nurtanış VELİOĞLU - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Mehmet İsmail YAĞCI – Mersin Üniversitesi
Tülay YENİÇERİ – Aksaray Üniversitesi
Cengiz YILMAZ – Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Nahit YILMAZ - Necmettin Erbakan Üniversitesi
Hilmi Rafet YÜNCÜ - Anadolu Üniversitesi
Hayrettin ZENGİN – Sakarya Üniversitesi

Editör'den

Değerli Pazarlama Akademisyenleri ve Uygulamacıları,

Geçtiğimiz yıl pazarlama bilim dalında sağlam teorik temellere dayalı, uygulamaya yönelik akademik çalışmaların araştırmacılar ve uygulamacılar arasındaki etkileşime imkân sağlayacak şekilde pazarlama alanına özel akademik platformlarda paylaşılması amacıyla yayına başlayan *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*'nin 2016 yılındaki ikinci ve son sayısı ile karşınızdayız. İkinci yayın yılımızda pazarlama akademisi olarak dergimize göstermiş olduğunu ilgiden dolayı müteşekkirimiz. Teori ile uygulama arasındaki boşluğu bir ölçüde doldurmak, bu sayede uygulamaya temel oluşturacak teori temelli çıkarımlar sunarak hem akademik hem uygulamaya dönük yaygın fayda sağlamak misyonumuza vermiş olduğunuz katkılar Pazarlama alanı için önemli çıktılar sağlamaktadır.

Bundan önceki üç sayımızda konu edilmeyen “yenilikçilik, müşteri şikayetleri, ambalaj ve satış tutundurma” konularının bu sayı ile alınmış olması akademimizde çalışılan farklı alanlar ve konuların da dergimiz bağlamında değerli görüldüğünün bir dışavurumu olarak değerlendirilebilir. Bu sayımızdaki ilk çalışma; “Perakendeci Markalı Ürünlerin Pazarlamasında Ambalaj” başlıklı çalışmadır. Yazarlar Şuayip Özdemir ve Nihal Gökdemir perakendeci markalı ürünlerin ambalajları ile üretici işletmelerin ambalajları arasındaki farklılıkları ortaya koymayı amaçlamışlardır. Sonuç olarak perakendeci işletmelerin, üretici işletmelerin ürünlerini çağrıştıran ve pazarlama iletişiminde daha az işlev üstlenen bir ambalajlama düşüncesine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu sayımızda yer alan ikinci makale ise Zeliha Eser, Musa Pınar ve Tülay Girard'ın “Müşteri Şikâyetlerinin Önemi: Hizmet Pazarlaması ve Markalaşması Üçgeni Çerçevesinde Bankacılık Sektöründe Bir Çalışma” başlıklı çalışmasıdır. Bu çalış-

ma ile yazarlar iyi yönetilmiş müşteri şikâyetlerinin potansiyel faydaları bağlamında, Türkiye’de bankacılık sektöründe oluşan müşteri şikâyetleri, hizmet pazarlaması ve markalaşması üçgeni çerçevesinde incelemişlerdir. Üçüncü çalışma ise Mehmet ve Alper Özer’in “Parasal ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine Etkisi: Fayda-Uyum Teorisi Çerçevesinde Ürünün Faydacı-Hedonik Özelliği ile Uyum ve Fırsat Yatkınlığı Değişkenlerinin Düzenleyici Rolü” başlıklı makalesidir. Bu sayıda yer alan dördüncü ve son çalışma ise Bah-tışen Kavak, Neslişah Taner ve Şerife Kazancı’nın “Yeniliği Benimseyen Kategorilerinin Yenilikçi Davranış Güdülleri Açısından Farklılıkları: Akıllı Telefon Kullanıcıları Üzerinde Bir İnceleme” başlıklı makalesidir. Bu çalışmanın amacı, farklı benimseyen kategorilerindeki tüketicilerin yenilikçi davranışlarını etkileyen farklı güdülerin olup olmadığını belirlemeye çalışmaktır.

Uzun yıllar boyu Pazarlama akademisine ve uygulamasına katkı vermesini umduğumuz dergimizin ikinci sayısını tamamlamış olmanın büyük mutluluğunu yaşamakla birlikte ilk sayımız ile beraber bu sayıda paylaşmış oldukları çalışmalarıyla değerli desteklerini bizlerden esirgemeyen akademisyen ve araştırmacılarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bu sayımızda yer bulan çalışmaların değerlendirilmesi sürecinde katkılarını esirgemeyen hakemlerimize ayrıca teşekkür ediyoruz. Dergimizin gerek dijital ortamda gerekse basılı hale gelmesinde her türlü desteği ve altyapıyı sunan Beta Yayınları da bizlerin nezdinde özel bir teşekkürü hak ediyor.

Umuyor ve diliyoruz dergimiz amaçlarımız doğrultusunda akademi ve uygulama sahasına katkı sunacak ve sizlerin desteği ile devam eden sayılarda da sunmaya devam edecektir. Bu amaca katkı sunacak tüm çalışmaları beklediğimizi de belirterek süreçte emeği geçen herkese tekrar teşekkür ediyoruz.

Sağlıcakla

Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN

Editör

İçindekiler

Perakendeci Markalı Ürünlerin Pazarlamasında Ambalaj
Packaging in Private Label Products' Marketing

Şuayip Özdemir Nihal Gökdemir.....1

Müşteri Şikâyetlerinin Önemi: Hizmet Pazarlaması Ve
Markalaşması Üçgeni Çerçevesinde Bankacılık Sektöründe Bir
Çalışma

*Importance of Customer Complaints: A Study of Banking Industry
Utilizing the Services Marketing and Branding Triangle Framework*

Zeliha Eser Musa Pınar Tülay Girard.....23

Parasal Ve Parasal Olmayan Satış Tutundurmanın Marka Değerine
Etkisi: Fayda-Uyum Teorisi Çerçevesinde Ürünün
Faydacı-Hedonik Özelliği İle Uyum Ve Fırsat Yatkınlığı
Değişkenlerinin Düzenleyici Rolü

*The Effects of Monetary and Non-monetary Sales Promotion on
Brand Equity: In the Frame of Benefit-Congruency Theory the
Moderatory Role of Utilitarian and Hedonic Nature of Product, Fit
and Deal Proneness*

Mehmet Özer Alper Özer.....51

Yeniliği Benimseyen Kategorilerinin Yenilikçi Davranış Güdülleri
Açısından Farklılıkları: Akıllı Telefon Kullanıcıları Üzerinde Bir
İnceleme

*Differentiation of Innovative Behaviour Motives for Adopter Catego-
ries: An Investigation for Smart Phones*

Bahtışen Kavak Neslişah Taner Şerife Kazancı.....91