

Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi

Journal of Theory and Practice in Marketing

Cilt / Volume 3 | Sayı / Issue 1 | Nisan / April 2017

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

- Google Scholar
- Eurasian Scientific Journal Index
- SIS - Scientific Indexing Services
- Akademia Sosyal Bilimler İndeksinde (ASOS INDEX – www.asosindex.com)
- Research Bible Academic Resource Index’te

indekslenmekte ve taranmaktadır.

NOT: bu sayı Nisan 2017 tarihinde basılmıştır.

Danışma Kurulu

Doğan Yaşar 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
Uğur 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 ATAĞAN – Özyeğin 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
Nezahat EKİCİ - Karamanoğlu Mehmetbey 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
Yusuf KARACA– Afyon Kocatepe Üniversitesi
Kurtuluş KARAMUSTAFA – Erciyes Üniversitesi
Elif KARAOSMANOĞLU – İstanbul Teknik Üniversitesi
Bahtışen KAVAK – Hacettepe Üniversitesi
Aydın KAYABAŞI - Dumlupınar Üniversitesi
İbrahim KIRCOVA – Yıldız Teknik Üniversitesi
Halil Semih KİMİZAN - Eskişehir Osmangazi 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
Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU - Bolu Abant İzzet Baysal 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
Hicran ÖZGÜNER KILIÇ - Karabük Üniversitesi
Behçet Yalın ÖZKARA - Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Müjdat ÖZMEN – Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Sevgi Ayşe ÖZTÜRK – Anadolu Üniversitesi
Cihat POLAT – Niğde Üniversitesi
Hilmi Rafet YÜNCÜ - Anadolu 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
Cevahir UZKURT – T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
Ebru UZUNOĞLU – İzmir Ekonomi Üniversitesi
Kaan VARNALI – Bilgi Üniversitesi
Mehmet İsmail YAĞCI – Mersin Üniversitesi
Cengiz YILMAZ – Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Nahit YILMAZ - Necmettin Erbakan Üniversitesi
Hayrettin ZENGİN – Sakarya Üniversitesi

Editör'den

Değerli Pazarlama Akademisyenleri ve Uygulamacıları,

Üçüncü yılına girdiğimiz dergimiz sizlerin katkıları ile büyüme-ye ve gelişmeye devam ediyor. 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 2017 yılındaki ilk sayısı ile karşınızdayız.

Her sayımızda pazarlama alanı ile ilgili nitelikli bilgi üretimine verilen katkının arttığını görmekteyiz. Sadece ulusal düzeyde değil uluslar arası düzeyde de bilgi üretimi sağlamak Pazarlama akademisi için önemlidir. Bunun bir göstergesi olarak bu sayımızda Türkçe ile eşit sayıda İngilizce çalışmanın olması bizleri umutlandırmaktadır. Bu sayımızdaki ilk çalışma; “Role of Balance Theory on Celebrity Endorsement: Effect of Pre-Existing Attitudes” başlıklı çalışmadır. Enis Yakut Reklamlarda ünlü kullanımının kanıtlanmış başarısı, birçok firmayı bu tarz reklamların aşırı şekilde kullanımına itmiştir fikrin-den hareketle denge teorisinden faydalanılarak, var olan tutumların tüketici davranışları üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla üniversite öğrencileri üzerinde 2X2 gruplar arası faktöriyel desenli bir deney uygulanmıştır. Çalışma sonucunda, firma ve ünlü kişi hakkında var olan tutumların ikisinin de olumlu olduğu durumlarda, tüketicilerin reklamlara daha hoşnutsuzlukla yaklaştıkları ortaya çıkmış olması hem ilginç çıktılar sunulması açısından ilgi çekicidir. Bu sayımızda yer alan ikinci makale Mustafa Bilgehan Kutlu ve Hakan Kağnıcıoğlu'nun “Algılanan Risk ve Tüketici Etnosentrizm Eğiliminin Yerli Marka Cep Telefonlarına Yönelik Tutum Üzerinde Etkisi” başlıklı çalışmasıdır. Bu çalışma ile yazarlar; tüketicilerin yerli marka cep telefonlarından

algıladıkları risk unsurları, tüketici etnosentrizm eğilimi ve yerli marka cep telefonlarına yönelik tutum inceleyerek tüketici etnosentrizm eğilimindeki artışın yerli marka cep telefonlarına yönelik tutumu olumlu etkilediği, buna karşın risk algısındaki artışın tutum üzerinde olumsuz etkisi olduğu sonucuna ulaşmaktadırlar. Üçüncü çalışma ise Mehpare Tokay Argan ve Metin Argan'ın "Prospectives on Attitudes, Thinking Styles And Fears Towards Blood Donation: A Research On Turkish Sample" başlıklı makalesidir. Kan bağışıyla ilgili davranışlar, düşünce biçimleri ve korkularla ilgili boyutların incelendiği çalışmada kan bağış davranışıyla ilgili olarak; yetkinlikler, kan bağışına yönelik tutumlar, öznel normlar, sorumluluk ve din şeklinde isimlendirilen beş faktör ortaya konulmuştur. Bu sayıda yer alan dördüncü ve son çalışma ise Ömer Torlak ve Behçet Yalın Özkara'nın "Sebepli Eylem Teorisi Bağlamında, Kişilik Özelliklerinin İnternet Üzerinden Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü" başlıklı makalesidir. Çalışmada kişilik özelliklerinin ılımlaştırıcı (moderator) etkileri, internetten satın almaya yönelik tutum, niyet ve davranış bağlamında, sebepli eylem teorisi çerçevesinde incelenmiş ve araştırma sonunda, dışa dönüklük ve açıklık kişilik özelliklerinin, internetten ürün satın almaya ilişkin tutumun alt boyutlardan, zamandan tasarruf ile niyet arasındaki ilişkinin gücü üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğuna işaret eden sonuçlara ulaşılmıştır.

Uzun yıllar boyu Pazarlama akademisine ve uygulamasına katkı vermesini umduğumuz dergimizin 2017-Nisan 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 önemli katkıları olan 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.

Sađlıcakla

Prof. Dr. B. Zafer ERDOğAN

Editör

İçindekiler

Role of Balance Theory on Celebrity Endorsement: Effect of
Pre-Existing Attitudes
*Denge Teorisinin Reklamlarda Ünlü Kişi Kullanımındaki Rolü: Var
Olan Tutumların Etkisi*

Enis Yakut.....1

Algılanan Risk Ve Tüketici Etnosentrizm Eğiliminin Yerli Marka
Cep Telefonlarına Yönelik Tutum Üzerinde Etkisi
*Influence of Perceived Risk and Consumer Ethnocentric Tendency
on Attitudes Towards Domestic Mobile Phone Brands*

Mustafa Bilgehan Kutlu, Hakan Kağrıncıoğlu.....23

Prospectives on Attitudes, Thinking Styles And Fears Towards
Blood Donation: A Research on Turkish Sample
*Kan Bağışına Yönelik Muhtemel Tutumlar, Düşünme Biçimleri ve
Korkular: Türk Örnekleme Üzerinde Bir Araştırma*

Mehpare Tokay Argan, Metin Argan.....55

Sebepli Eylem Teorisi Bağlamında, Kişilik Özelliklerinin İnternet
Üzerinden Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü
*The Role of the Personal Traits on Internet Shopping in the Context
of Reasoned Action Theory*

Ömer Torlak, Behçet Yalın Özkara.....77

