

## Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışının Yaşam Doyumu ve Akademik Başarı Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma<sup>1</sup>

Salih YEŞİL<sup>2</sup>

Sümeyye YILDIZ<sup>3</sup>

Başak ŞITAK<sup>4</sup>

### Öz

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte hayatımız da buna paralel olarak çoğu yönden etkilenmektedir. Gelişen ve değişen teknolojiyle birlikte hemen hemen her şey daha çabuk ve kolay ulaşılabilir hale gelmiştir. Her şeye daha çabuk ulaşılabilir olmak tüketicinin satın almasında da etkili olmuş, satın alma davranışında büyük ölçüde değişiklikler meydana getirmiştir. Bunlardan en belirgin olanı çevrimiçi şekilde alışveriş yapmaktır. Bu alışveriş şekli dünyada ergin olan hemen her yaşta kişilerin kullandığı alışveriş yöntemidir. Bu yöntem insanların hayatını büyük ölçüde kolaylaştırmış, olumlu etkilemiş ve yaşamdan daha çok haz almalarına katkı sağlamıştır. Öte yandan kimi insanlar için de olumsuz bir durum olmuş, hastalık ve bağımlılık durumunu da beraberinde getirmiştir. Kişiye ve insanlarla olan ilişkilerine zarar verip yaşamını olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Bunlar ışığında, mevcut çalışmada kompulsif online satın alma davranışının yaşam doyumu üzerindeki etkileri araştırılmış olup, çalışma 2020 yılında İnönü Üniversitesi'nde eğitim gören 384 öğrenciden Google formlar aracılığıyla online olarak toplanmış ve SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırma bulguları kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumunu ve akademik başarıyı negatif etkilemediği belirlenmiştir. Araştırmanın ele alınan bu yönünden

---

**Atf İçin / For Citation:** YEŞİL, S., YILDIZ, S. & ŞITAK, B. (2022). Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED*, Cilt/Volume 4, Sayı/Issue 6, 309-332. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

Makale Türü / Article Type: Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date: 01.02.2022

Kabul Tarihi / Accepted Date: 15.03.2022

<sup>1</sup> \*Bu çalışmanın ilk hali 21-22 Aralık 2020 tarihinde düzenlenen 4. Uluslararası 19 Mayıs Yenilikçi Bilimsel Yaklaşımlar Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Prof. Dr.; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye

E-mail: [syes66@hotmail.com](mailto:syes66@hotmail.com)

ORCID: 0000-0003-3237-2258

<sup>3</sup> Y.L. Öğr.; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye

E-mail: [sumeyyeyildiz44@hotmail.com](mailto:sumeyyeyildiz44@hotmail.com)

ORCID: 0000-0002-7162-4617

<sup>4</sup> Y.L. Öğr.; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş, Türkiye

E-mail: [basaksitak@outlook.com](mailto:basaksitak@outlook.com)

ORCID: 0000-0001-7689-036X

daha önce incelenmemesi değerini ve önemini arttırmaktadır. Araştırma bulgularının literatüre katkı sağlayacağı beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kompulsif Satın Alma Davranışı, Yaşam Doyumu, Akademik Başarı

## **The Effect of Compulsive Online Purchasing Behavior on Life Satisfaction and Academic Success: A Study on University Students**

### **Abstract**

With the development of technology, our lives are affected in many ways in parallel with this. With the developing and changing technology, almost everything has become more quickly and easily accessible. Being able to access everything more quickly has also had an impact on the consumer's purchase, and has led to significant changes in purchasing behavior. The most obvious of these is shopping online. This form of shopping is a shopping method used by people of almost any age who are adults in the world. This method has greatly facilitated people's lives, positively influenced them and contributed to their greater enjoyment of life. On the other hand, it has also been a negative situation for some people, bringing with it a state of illness and addiction. It can damage a person and his relationships with people and negatively affect his life. In light of these, the effects of compulsive online buying behavior on life satisfaction were investigated in the current study and the study was collected online via Google forms from 384 students studying at İnönü University in 2020 and analyzed with the SPSS program. According to the results of the research, it has been determined that compulsive online buying behavior does not negatively affect life satisfaction and academic success. The fact that this aspect of the research has not been examined before increases its value and importance. It is expected that the research findings will contribute to the literature.

**Key Words:** Compulsive Buying Behavior, Life Satisfaction, Academic Success

### **GİRİŞ**

Teknolojide yaşanan gelişmeler hayatımızı birçok yönden etkilemiştir. Gelişen teknoloji çoğu şeyi ulaşılabilir hale getirmiştir. Ulaşılabilirlikteki kolaylık tüketici satın alma davranışında değişiklikler meydana getirmiştir. Çevrimiçi yapılan alışveriş tüketicinin satın alma davranışındaki değişikliğin sebeplerinden ve dünyada hemen herkesin kullandığı alışveriş yöntemlerinden biridir. Bazı insanlar sırf ihtiyaç için bunu yaparken, bazı insanlar ise sadece taklit, öne çıkma, özenme gibi durumlardan dolayı çevrimiçi alışveriş yapmaktadır. Çevrimiçi alışveriş insanların büyük bir kısmını mutlu edebilir, yaşamlarını olumlu etkileyebilir, hayattan daha fazla zevk ve haz almalarını sağlayabilir fakat kimi insanlarda bu durum bağımlılık ve hastalık haline gelebilmektedir. Bu durum da insan ilişkilerine zarar verip, insanları olumsuz yönde etkileyebilir (Sönmez, 2019: 5).

Korur ve Kimzan (2015)'a göre kompulsif çevrimiçi satın alma davranışındaki *kompulsif* kelimesi sözlükte 'zorlayıcı' anlamına gelmektedir ve kişilere rahatsızlık veren, dürtüsel, dayanılması zor bir satın alma davranış bozukluğudur. İlişkilerde sıkıntı çıkarabilen, maddi ve manevi açıdan insanı zor duruma düşüren, gerektiğinde tedavisi dahi yapılabilen önemli bir psikiyatrik hastalık olarak da görülmektedir. Kompulsif çevrimiçi satın alma alışkanlığı engellenemez bir alışveriş yöntemidir ve çok genç yaşlardaki insanlarda görülmekle birlikte orta yaşlı insanlarda da bu alışkanlık gözlemlenebilmektedir (Bozdağ ve Alkar, 2018: 24).

Yaşam doyumu insanların yaşamının tümünden aldığı bir doyumdur. Kişinin mutluluğu ve refah düzeyidir. Kişinin yaşam doyumu yaşam kalitesiyle paralellik gösterir. Yaşam kalitesini etkileyecek pozitif ve negatif olgular yaşam doyumuna ulaşılması konusunda önemli bir etkiye sahiptir. Bu durumda kişinin ailevi koşulları, medeni durumu, gelir ve eğitim düzeyi, kişinin fiziksel ve psikolojik tüm olguları yaşam doyumunu üzerinde oldukça etkilidir. Kişinin ayakları üzerinde durabilmesi, mutlu hissetmesi, idare edebilmesi ve yaptığı şeylerden zevk alması yaşam doyumunu belirtileridir (Gümüş, 2017, s. 342).

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili literatür incelendiğinde konuyla alakalı çalışmalar görülmektedir. Yakın ve Aytekin (2018) internet alışkanlığının çevrimiçi kompulsif ve çevrimiçi anlık satın alma davranışlarına etkisini araştırmıştır. Bu etkinin demografik özelliklere göre farklılık gösterdiğini belirtmişlerdir. Deniz (2019) yapmış olduğu benzer bir çalışmada, üniversite öğrencileri üzerine çevrimiçi kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörler araştırılmıştır. Öğrencilerin çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı ve buna etki eden faktörlerden olan öz saygı, yaşam doyumunu, sorunlu cep telefonu kullanımı gibi olgular esas alınıp araştırılmaya tabi tutulmuştur. Soydan (2015) üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile yaşam doyumunu ve depresyon arasındaki ilişkisini araştırmıştır. Ayrıca Türker (2019) yapmış olduğu "Parayla Saadet Olur Mu? Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışıyla İlgili Değişkenlerin İncelenmesi ve Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçe Uyarlanması" başlıklı tezinde dürtüsellik, internet bağımlılığı, materyalizm, yaşam doyumunu, yalnızlık, depresyon-anksiyete-stres değişkenlerinin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilişkisini araştırmıştır. Armağan ve Temel (2018) yaptığı araştırmada, Türkiye'de online kompulsif

alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma incelemiş olup çalışmada çevrimiçi alışveriş faaliyetinde bulunan tüketiciler hedef alınmıştır. Tüketicilerin çevrimiçi alışverişe ilişkin tutumlarının, demografik özellikler ile ilişkisi araştırılmıştır. Gündoğar vd. (2007) üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu yordayan etkenlerin incelenmesini araştırmış ve bu çalışmada üniversite öğrencilerinin okudukları bölüm ile ilgili fikirleri, bölümde okuma sebepleri, bölümle alakalı çeşitli hoşnutluk düzeylerinin yaşam doyumları üzerine etkisini incelemişlerdir. Jiang ve Shi (2016) çevrimiçi ortamlarda gerçekleşen kompulsif satın alma davranışlarına yönelik üniversite öğrencilerini kapsayan bir çalışma yapmış; kompulsif satın almanın üniversite öğrencileri arasında %3.6 - %31.9 değişen bir oranla görüldüğünü saptamıştır. Sharif ve Khanekharab (2017) çevrimiçi alışveriş bağımlılığını araştırmış; alışveriş bağımlısı olan kişilerde kimlik problemlerinin fazla olduğu, yaşamdan doyum alamama, ruh durumunu iyileştirme istemiyle kompulsif satın almaya başvurulduğu; kadınların erkeklere, geliri fazlaların azlara, bekârların evlilere göre daha çok kompulsif satın alım yaptıkları görülmüştür. Duroy vd. (2014) kompulsif satın almanın daha çok erken yetişkinlik ve ergenlik döneminde meydana geldiği kompulsif satın alma ve aşırı internet kullanımı arasında bir ilişki olduğu ve bu tüketicilerin çevrimiçi alışveriş sitelerinde daha çok zaman geçirdikleri ve bağlı oldukları saptanmıştır.

Literatürdeki kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ile ilgili alan çalışmalarından hareketle, bu çalışmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amacı, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumunu ve akademik başarı üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Çalışma, İnönü Üniversitesinde gerçekleştirilen bir alan çalışması ile desteklenmiştir. Veriler öğrencilerden çevrimiçi anket formu yoluyla toplanmış ve SPSS programında analiz edilmiştir. Sonuçların genelde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı özelde ise bireyler üzerindeki etkileri (yaşam doyumunu ve akademik başarı) açısından literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Hayatın olağan akışı içerisinde yer alan her durum sosyal hayatımızı, akademik başarılarımızı ve iş yaşantılarımızı doğrudan etkilemektedir. Sebebi ise yaşamdan alınan doyum düzeyinin tüm hayatın içerisine tesir etmesidir. Bu tesir olumlu veya olumsuz etkiler bırakmaktadır. Konu öğrenciler bazında ele alındığında; yaşam doyumundaki olumlu

durumlar öğrencilerin akademik başarısını da pozitif yönde etkileyecekken; yaşanan olumsuz durumlar akademik başarıda negatif yönde etkilere yol açabilecektir. Öğrencilerin, akademik başarı konusu ile ilişkilendirilmesinin sebebi ise; çocuk yaştan itibaren hayatlarının büyük bir bölümünü eğitim süreci çerçevesinde şekillendirme zorunlulukları şeklinde açıklanabilecektir. Ayrıca literatüre bakıldığında, çalışmanın ele alındığı pencereden incelemiş farklı çalışmanın daha öce bulunmaması da bu çalışmanın değerini ve önemini arttırmaktadır. Tüm bunlar, literatüre katkı sağlayacağından dolayı dikkate değerdir.

### **1.KOMPULSİF VE KOMPULSİF ÇEVİRİMİÇİ SATIN ALMA DAVRANIŞI**

Solomon vd. (2005) kompulsif kelimesi Endonezce bir kelime olup sözlükte “zorlayıcı” anlamına gelmektedir. Özellikle psikoloji bilim dallarında yapılan araştırmalarda kullanılan kompulsif kavramı 1980’lerin ilk yarısından sonra pazarlama literatüründe de kendini göstermiştir. Kompulsif, içinde bulundurduğu aşırılık ile tüketici davranışlarının karanlık bir ögesi haline gelmiştir (Eroğlu, 2015, s. 6).

O’Guinn ve Faber (1989)’e göre; psikiyatri, psikoloji, pazarlama ve ekonomi bilim dallarının ortak konusu olan kompulsif satın alma davranışı; şahsın kendisi ve etrafındaki diğer insanlara zarar verecek yönelimleri tekrar etmesine önderlik eden bir his veya süreç tecrübesine sahip olmak ya da kontrol edilmesi zor bir isteğe verilen reaksiyonların tümüdür (Yakın ve AYTEKİN, 2019: 202).

Takıntılı satın alma durumu olarak da tanımlanan kompulsif satın alma, zaman ilerledikçe artış gösteren bir olgu olmasından ötürü olumsuz sonuçlar ortaya çıkarması sebebiyle; tüketici araştırmacılarının, psikologların ve ekonomi ile ilgili araştırma yapanların daima ilgisini çekmektedir (Horvath ve Birgelen, 2015: 4). Dittmar (2005)’ın yaptığı tanıma göre ise, kompulsif satın alma zararlı psikolojik ve maddi neticeleri olan ve işlevsel olmayan tüketici davranışıdır. Kompulsif satın alma uyarıcıların denetlenememesi sonucu satın alma davranışının takıntı durumuna gelmesi son zamanlarda sık rastlanılan tehlikeli bir durumdur. Kompulsif satın alma kişinin gereksinimleri olmamasına karşın takıntılı halde satın alma davranışı göstermesidir. Kompulsif satın alma davranışı sergileyen kişiler kendilerini daima bir şeyler satın almak durumunda hissederler ve bu

zorunlu durumu denetim altına alamazlar. Kişilerin alışverişi takıntılı ve zorunlu bir durum haline getirmeleri neticesinde ortaya çıkan kompulsif satın alma psikiyatrik bir durum olarak söylenebilir. Kişileri kompulsif satın alma davranışına iten etkenleri anlamak pazarlama için oldukça önem arz eder. Pazarlama biliminin amaçlarından biri de, bireylerin alışveriş serüvenlerinden zevk almasını sağlamak ve satın alma süreçlerindeki stresi en aza indirmektir. Bu sebeple de kişileri kompulsif satın alma davranışına yönlendiren etkenlerin belirlenmesi ve kompulsif tüketime etki eden etmenlerin kaldırılması gerekir (Bozbay ve Başlar, 2019: 334). Alışverişe olan bağımlılık ve kompulsif satın alma davranışı alışkanlıkları psikolojinin de içerisinde incelenmek için ele alınmıştır. Günlük yaşamda insanlar için finans aracı olan mamullerden kredi kartına ve paraya ait davranışların ölçülmesi, harcama ve tüketim davranışlarının saptanması, bütçe kısıtları ve materyalizm araştırmacılar tarafından çoğunlukla üstünde durulan konulardan biridir (Kaderli vd., 2017: 189). Müller (2013)'e göre, kompulsif tüketici davranışında çoğu zaman satın alınan ürünler ve faturaları gizlenmiş, bir yerde tutulmuşlardır ve satın alınan ürünlerin seyrek olarak kullanımı yapılmaktadır. Bu davranış, muazzam düzeyde negatif, psikolojik, sosyal, mesleki, maddi ve yasal problemlere yol açmaktadır. Kompulsif satın alma yapan kişiler genelde aşırı borçlulardır. Negatif neticelere rağmen uyumsuz satın almaları durdurmak için tekrar edilen çabalar başarı sağlamamaktadır çünkü bir hastalık ve takıntı haline gelmiştir (Aliçavuşoğlu ve Boyraz, 2019: 1804). Ayrıca kompulsif satın alma yönelimi ile kumara meyletme arasında pozitif bir ilişki olduğu söylenmektedir (Spinella vd., 2015: 654). Kompulsif satın alma bozukluğu dünya nüfusunun %2'sinde tespit edilmiştir ve çoğunluğu 35-40 yaş arası kadın bireylerden oluşan orta sosyal sınıfa mensup kişilerdir (Guerreschi, 2012). Kimi araştırmacılar sosyal, ekonomik ve aile etkenlerinin kompulsif satın alma bozukluğunun nedeninde önemli bir rol oynadığını ileri sürmüştür (Dell'Osso, 2008). Saptanan etkenler arasında kredi kartlarının sıklıkla kullanılabilirliği, televizyon şovları, artan tanıtıcı reklamlar ve internet üzerinden her türlü alışveriş imkânları bulunmaktadır. Bununla birlikte satın alma bozukluklarının, kökeninde bu değişkenlerin hastalığı ve bağımlılığı isteklendirdiği veya bu hastalığa sebep verdiği yüksek gelirli ülkelerde ortaya çıktığı gerçeğini de doğrulamaktadır (Black, 1996).

## 2.YAŞAM DOYUMU

İngilizce “life satisfaction” anlamından dilimize geçen yaşam doyumu, Türkçede “yaşam tatmini” ya da “yaşam memnuniyeti” olarak adlandırılmaktadır. İlk olarak 1961 senesinde Neugarten ve arkadaşlarının yapmış oldukları araştırmada ortaya çıkarılmıştır. Neugarten ve arkadaşlarına göre kişinin beklentileri ve yaşadıklarının karşılaştırılması sonucu ortaya çıkan olgu yaşam doyumunu ifade etmektedir. Yani ne istediği ve ne beklediği durumlarının karşılaştırılmasıdır (Özer ve Karabulut, 2003: 72-74). Genel ifadeyle kişilerin yaşamlarından aldığı doyumu, tadı ifade eden yaşam doyumu, oldukça önem arz eden bir kavramdır. Küreselleşen dünyada günümüz yaşamı hızla değişim göstermektedir. Bu değişim beraberinde insan hayatını tehdit edecek birçok sıkıntılar da meydana getirmektedir. Değişime uyum sağlama noktasında bireyler sıkıntı yaşamaktadır. Bu sıkıntılı ortamda insanların yaşamdan aldıkları tat önemli bir rol oynamaktadır. Kişilerin sosyal ve çalışma hayatlarından aldıkları doyum onların enerjilerini etkileyecek, yaşamlarında olumlu veya olumsuz etkiler tutum ve davranışlarında etki gösterecektir (Naktiyok, 2019: 59). Morgenstern (2004)’e göre; insanların sıhhatli ve verimli bir şekilde sosyal ve iş hayatlarını sürdürmeleri, yaşam doyumunun olumlu şekilde olmasıyla ilişkilidir. Aynı zamanda iş görenlerde yüksek verimlilik, nitelikli iş yaşamı, stres yönetimi, moral, isteklendirme, uzun süren iş hayatı gibi faktörler kişiyi pozitif yönde etkileyecektir. “Yaşamak için çalışmak” anlayışı yaşam doyumunu için örnek alınabilir (Naktiyok, 2019: 60). Yaşamın bir bütün ve sübjektif olarak değerlendirilmesi olan yaşam kalitesi, kişinin kendi hayatıyla ilgili doyumunu yorumlaması olarak da tabir edilmektedir. Yaşam şeklinin sosyal görünüşündeki problemleri değerlendiren, maddi ve manevi ilkeleri içeren; yaşam normu, ev kalitesi, kişinin yaşadığı komşuluk bağlantıları, iş tatmini ve diğer birçok etmeni içerisinde barındıran bir kavramdır. Sübjektif bir kavram olan yaşam kalitesi kişinin kendisi tarafından değerlendirilmektedir ve yaşamında etki gösteren boyutların her biri değerlendirmede bulunmaktadır (Kaya, 2004). Yaşam tatmini görüşünün idrak etme seviyesi kişiden kişiye çeşitlilik göstermektedir. Günlük yaşamdan mutluluk ve haz duymak, hedeflere ulaşma, hayatı anlamlı bulmak, hedeflere ulaşma mevzusunda

uzlaşma, fiziksel olarak kişinin kendisini iyi hissetmesi, olumlu kişisel kimlik, ekonomik güvenlik ve sosyal ilişkiler gibi ögeler de yaşam tatminine etki etmektedir (Keser, 2005).

Yaşam doyumu ile ilgili literatürde birçok tanım mevcuttur bunlardan bazıları şunlardır;

- Softa (2015)'a göre; yaşam doyumu, kişinin hayattan arzuladığı ile elde ettiği arasında mukayese yapması sonucu elde edilen duygudur (Naktiyok, 2019: 57).
- Tel (2011)'e göre; yaşam doyumu, mutluluk, moral, isteklendirme vb. durumlar açısından iyi olma durumudur (Naktiyok, 219: 58).
- Yaşam doyumu, bireyin yaşamındaki tüm aktivitelere, sorumluluklara, hedeflerini başarma düzeylerine ilişkin tutumunun, duygularının ve hissettiklerinin bütünleşmesidir (Sung, 2003: 1094).
- Yaşam doyumu, kişinin pozitif ve negatif durumlarını tartması sonucunda oluşan duyguları ve ruh halini temsil etmektedir (Sardjoska, 2012:139).
- Lee' e göre ise, yaşam doyumu; kişinin sosyal ve çalışma alanlarında genel olarak algıladığı mutluluk ve memnuniyet olgusudur (Doğan, 2015: 48).
- Diener (1984)'e göre; kişinin mutlu olması ile ilgili kavramlardan subjektif iyi oluşun kognitif doğrultusunu özümlemektedir. Subjektif iyi oluş insan hayatını kognitif ve duygu bağlamında ölçmesi ve değerlendirmesi olarak bilinir. Bu ölçme ve değerlendirme, hadiselere verilen duygusal reaksiyonları ve doyumun kognitif değerlendirmesini içermektedir (Dost Tuzgöl, 2007: 133).
- Yaşam doyumu, kişilerin beklentilerini şu anki durumla mukayese etmesiyle ortaya çıkan bir olgudur. Yaşam doyumu insanların yaşamını ve yaşamlarının tüm boyutlarını kapsamaktadır. Diğer yandan insanların ruh sağlıkları, hayattan aldıkları zevk bir doyum olarak da karşımıza çıkmaktadır (Gümüş, 2017: 341).

### 2.1.Yaşam Doyumunu Etkileyen Faktörler

Yaşam doyumu insanların hayatına tamamıyla yön vermektedir. İş ve sosyal hayatta olumlu ve olumsuz davranış sergilemelerine sebebiyet verebilir. Yaşam doyumu yüksek seviyedeki bireylerin ilişkilerinde, mesleki hayatlarında, eğitim hayatlarında, özel hayatlarında, sosyal hayatlarında kısacası yaşamın her anında daha başarılı olduğu



görülmektedir. Ruh ve fizik olarak da daha iyi oldukları bilinmektedir (Merkas vd., 2011: 107).

•*Kişisel ve Demografik Faktörler:*

Kişinin görmüş olduğu eğitim, yaşı, cinsiyeti, medeni durumu ve kültür gibi özellikler yaşam doyumu üzerinde etki göstermektedir. Kişisel özellikleri ile olumlu bir bakış açısına sahip olan insan yaşam doyumu da pozitif yönlüdür, hayattan her zaman için zevk alır, aynı zamanda kişisel özellikleri ile olumsuz bakış açısına sahip olan bireyde ise yaşam doyumu negatiftir, hayata olumsuz yaklaşır, memnuniyetsizdir (Naktiyok, 2019: 61).

•*İş ile İlgili Faktörler:*

Kişiyeye yüklenen iş yükü, aldığı ücret, ikramiye, terfi, işin niteliği, zorluğu gibi özellikler kişiyeye olumlu veya olumsuz şekilde etkilemektedir. Bunlar insanın yaşama olan doyumunda farklılık gösterir (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 8).

•*Çevresel Faktörler:*

Kişinin toplumdan aldığı kültür, üye oldukları gruplar, edindikleri arkadaşlıklar, aile ve akraba ilişkileri de yaşam doyumunda etki edecektir (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 8).

•*Akademik başarı:*

Öğrencilerin eğitim ve öğrenim hayatları boyunca belki de en profesyonel ve yoğun şekilde eğitim gördükleri durumda akademik başarılarının kötü olması, mezun olamama, okulu uzatma, derslerden kalma korkusu yaşamalarına ve güç bir durumdan geçerek gördükleri eğitim ve öğrenim olanağını yitirme korkusu duymalarına sebep olabilmektedir (Dost Tuzgöl, 2007: 140).

### **3.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

#### **3.1.Araştırmanın Amacı ve kapsamı**

Çalışmanın amacı, üniversitelerde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerindeki etkilerini ele almak ve araştırmaktır. Bu amaçla üniversite öğrencilerine anket çalışması uygulanmıştır.

#### **3.2.Araştırmanın Hipotezleri**

Araştırmada, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerindeki etkileri araştırılmaktadır.

Singh ve Nayak (2016)'a göre sürekli devam eden bir kompulsif satın alma davranışının kaçınılmaz sonucu anksiyete, depresyon ve borç gibi istenilmeyen durumları doğurabilir. Q'Guinn ve Faber (1989)'e göre ise aşırı ölçüde borç oluşturan kompulsif alıcılar borcun ödenemediği durumlarda ailelerinde, kendisinde, çevresinde ve karşıdaki alacaklılarda duygusal ve ekonomik sorunlar ortaya çıkarabileceğinden ötürü kişinin yaşam doyumunu olumsuz etkilemektedir. Bu bilgiler ışığında ilgili aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H<sub>1</sub>:** Kompulsif satın alma davranışı yaşam doyumunu negatif etkiler.

Kaderli vd. (2017) 'ne göre kompulsif satın alma davranışı gösteren tüketicilerin özelliklerinden biri de parayı, başarı ve güç ile sembolize etmeleridir. Bu tür kişiler genelde toplum tarafından kabul görmeyi beklediklerinden dolayı ve benlik kaygılarını giderebilmek amacıyla kompulsif satın alma davranışı göstermektedir

Roberts ve Jones (2001)'a göre insanlar alışveriş yaptıklarında kredi kartı kullanmayı ve daha çok harcamayı severler, bu durum gerçek dışı ve soyut olan bir para kullanılması anlamına gelmektedir. Bununla birlikte başarısız olma endişesi, güvensizlik ve kendini yetersiz sanma vb. olumsuz duygulara yol açmaktadır. . Bu bilgiler ışığında ilgili aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

**H<sub>2</sub>:** Kompulsif satın alma davranışı akademik başarıyı negatif etkiler.

### 3.3.Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evrenini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcılar “Malatya İnönü Üniversitesi; Fen Edebiyat Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tıp Fakültesi, İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi, Eğitim Fakültesi, Meslek Yüksek Okulu, İletişim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu’nda” eğitim gören 36709 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğü hesaplarken %95 güven düzeyi göz önünde bulundurulduğunda minimum 384 öğrenciye ulaşılması belirlenmiştir. Örneklem sayısının saptanmasında Sekaran (1999)’ın tablosundan faydalanılmıştır. Anketler öğrencilere 01.08.2020 - 01.11.2020 tarihleri arasında Google formlar aracılığıyla online olarak gönderilmiş ve gönüllülük esas alınmıştır. Çalışma kapsamında 400 öğrenciye anket uygulanmış ve bunlardan 384’ü dikkate alınmıştır.

### 3.4.Araştırmada Veri Toplama Aracı

Araştırmada ölçek güvenirliği de sorgulanmıştır. Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının Cronbach Alfa iç tutarlık katsayıları problem-çatışma-nüks alt ölçeği için .95, düşünceyle meşgul olma alt ölçeği için .78, duygu düzenleme alt ölçeği için .93, geri çekilme alt ölçeği için .87 ve tolerans alt ölçeği için .90 bulunmuştur. Ölçek genelinde ise bu değer .95’tir. Özetle, bulgular Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yüksek seviyede güvenilir olduğunu kanıtlamıştır. Bu çalışmada yaşam doyumu ölçeğinin alphası .84 bulunmuştur Araştırmada kullanılan kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı ölçeği, Bozdağ ve Yalçınkaya Alkar (2018) “Bergen Alışveriş Bağımlılığı Ölçeğinin Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışına Uyarlanması” adlı çalışmasından alınmıştır. Yaşam doyumu ölçeği için ise, Dağlı ve Baysal (2016) “Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe’ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması” adlı çalışmadan yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeklerde her bir önerme için “Kesinlikle Katılmıyorum”, “Katılmıyorum”, “Kararsızım”, “Katılıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” ifadelerini içeren 5’li Likert tipinde bir yelpaze kullanılmıştır. Akademik başarı öğrencilerin akademik ortalamalarıyla ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında ayrıca

katılımcılara yönelik olarak demografik bilgilerini ortaya koymaya yönelik sorularda sorulmuştur.

### 3.5. Veri Analizi ve Güvenilirlik

Araştırma için kullanılan ölçeğin uygulanmasından sonra ulaşılan veriler bilgisayara aktarılmış, SPSS programı kullanılarak analiz yapılmıştır. Analiz yöntemi olarak korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Tablo 1’de ankette yer alan ölçeklerin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları verilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan rakamlara bakıldığında yapılan ölçeğin büyük ölçüde güvenilir olduğu söylenebilir. Ölçekler güvenilir ve geçerli olduğu için faktör analizi yapılmamıştır. Literatürde yer alan diğer çalışmalar incelediğinde de yaptığımız analizler ile incelemelerinin yapıldığı görülmüştür. Buna örnek olarak Bozdağ ve Yalçınkaya Alkar (2018)’in çalışması verilebilir.

- **Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı boyutları**  
Problem-Çatışma-Nüks, Düşünceyle Meşgul Olma, Duygu Düzenleme, Geri çekilme, Tolerans olmak üzere 5 alt boyut, 27 sorudan oluşmaktadır.
- **Yaşam doyumu boyutları**  
Tek boyut, 5 sorudan oluşmaktadır.

**Tablo 1. Ölçeklerin Cronbach Alpha Güvenilirlik Katsayıları**

Ölçekler	Cronbach Alpha Katsayısı
Problem-Çatışma-Nüks	,955
Düşünceyle Meşgul Olma	,742
Duygu Düzenleme	,868
Geri Çekilme	,911
Tolerans	,901
Yaşam Doyumu	,833

#### 4.ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde veri analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Bu kapsamda araştırmaya katılan öğrencilerin öncelikle demografik özelliklerine yönelik sonuçlar aktarılmış ve sonrasında ise korelasyon ve regresyon analizi sonuçları açıklanmıştır.

##### 4.1.Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular

Aşağıdaki tabloda katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans analizi sonuçları yüzdesel dağılım olarak gösterilmiştir.

**Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Yüzdesel Dağılımı**

Cinsiyet	Sayı	Yüzde (%)	Medeni Durum	Sayı	Yüzde (%)
Kadın	199	51,8	Evli	43	11,2
Erkek	185	48,2	Bekar	341	88,8
Toplam	384	100	Toplam	384	100
Yaş	Sayı	Yüzde (%)	Gelir Durumu	Sayı	Yüzde (%)
17-20	79	20,6	100-400	92	24,0
21-24	187	48,7	401-700	87	22,7
25-28	73	19,0	701-1000	35	9,1
29-32	22	5,7	1001-1300	40	10,4
33+	23	6,0	1301+	130	33,9
Toplam	384	100	Toplam	384	100
Sınıf	Sayı	Yüzde (%)	Akademik Ortalama	Sayı	Yüzde (%)
Hazırlık	7	1,8	1.00-1.60	5	1,3
1	35	9,1	1.61-2.20	35	9,1
2	76	19,8	2.21-2.80	159	41,4
3	68	17,7	2.81-3.40	144	37,5
4	107	27,9	3.41-4.00	41	10,7
Diğer	91	23,7	Toplam	384	100
Toplam	384	100			

## Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışının Yaşam Doyumu ve Akademik Başarı Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Öğrenim Türü	Sayı	Yüzde (%)	Öğrenim Şekli	Sayı	Yüzde (%)
Yüksekokul	102	26,6	I: Öğretim	251	65,4
Fakülte	282	73,4	II. Öğretim	84	21,9
Toplam	384	100	Uzem	49	12,8
			Toplam	384	100

Araştırmaya katılanların; cinsiyetleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 51,8 (199 kişi) kadın, % 48,2’u (185 kişi) erkektir. Medeni durumları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 11,2 (43 kişi) evli, %88,8 (341 kişi) bekârdır. Yaşları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 20,6 (79 kişi) 17-20, % 48,7 (187 kişi) 21-24, % 19 (73 kişi) 25-28, % 5,7 (22 kişi) 29-32, % 6 (23 kişi) 33+ yaşındadır. Gelir durumları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 24 (92 kişi) 100-400 TL, % 22,7 (87 kişi) 401-700 TL, % 9,1 (35 kişi) 701-1000 TL, % 10,4 (40 kişi) 1001-1300 TL, % 33,9 (130 kişi) 1300+ TL gelir durumuna sahiptir. Sınıfları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 1,8 (7 kişi) hazırlık, % 9,1 (35 kişi) 1. Sınıf, % 19,8 (76 kişi) 2. Sınıf, % 17,7 (68 kişi) 3. Sınıf, %27,9 (107 kişi) 4. Sınıf, %23,7 (91 kişi) diğer sınıf grubundadır. Akademik ortalamaları Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 1,3 (5 kişi) 1.00-1.60, % 9,1 (35 kişi) 1.61-2.20, % 41,4 (159 kişi) 2.21-2.80, % 37,5 (144 kişi) 2.81-3.40, % 10,7 (41 kişi) 3.41-4.00 aralığındaki ortalamalara sahiptir. Öğrenim türleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 26,6 (102 kişi) yüksekokul, % 73,4 (282 kişi) fakülte öğrencisidir. Öğrenim şekilleri Tablo 2’de gösterilmektedir. Tablo 2 incelendiğinde, ankete katılan toplam 384 öğrencinin % 65,4 (251 kişi) I. Öğretim, % 21,9 (84 kişi) II. Öğretim, % 12,8 (49 kişi) UZEM öğrencisidir.

## 4.2.Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmada regresyon analizlerinden önce araştırmanın değişkenleri arasında korelasyon analizine bakılmış ve sonuçlar Tablo 3 ve 4'te gösterilmiştir.

**Tablo 3. Kompulsif Çevrimiçi Satın Alma Davranışı, Yaşam Doyumunu ve Akademik Başarıya İlişkin Korelasyon Analizi**

<u>Değişkenler</u>									
	Ort.	S.S	1	2	3	4	5	6	7
			PÇN	DM	DD	GÇ	TÖL	YD	AO
PÇNKORT	1,9593	,97276	1						
DMOORT	2,9809	,99473	,367**	1					
DDORT	2,5534	1,08744	,615**	,534**	1				
GÇORT	2,0814	1,08291	,841**	,409**	,563**	1			
TÖLORT	2,2667	1,07384	,847**	,480**	,675**	,807**	1		
YDORT	3,0807	,86706	,152**	,094	,102*	,130*	,096	1	
AORT	3,4714	,85148	-,047	,080	,014	-,011	,001	,081	1

\*\* Kolerasyon 0.01 düzeyinde anlamlı (2-yönde).

\* Kolerasyon 0.05 düzeyinde anlamlı (2-yönde).

“pçnkort: problem-çatışma-nüks ortalama, dmoort: düşünceyle meşgul olma ortalama, ddort: duygu düzenleme ortalama, gçort: geri çekilme ortalama, tölort: tolerans ortalama, ydort: yaşam doyumunu ortalama, aort: akademik ortalama.”

Tablo 3'e göre; kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks ( $r=,152$   $p<0.01$ ), duygu düzenleme ( $r=,102$ ,  $p<0.05$ ), geri çekilme ( $r=,130$ ,  $p<0.05$ ) boyutları ile yaşam doyumunu arasında düşük düzeyde pozitif anlamlı bir ilişki varken; düşünceyle meşgul olma ( $r=,094$ ,  $p>0.05$ ), tolerans ( $r=,096$ ,  $p>0.05$ ) ile yaşam doyumunu arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks ( $r=,047$ ,  $p>0.05$ ), düşünceyle meşgul olma ( $r=,080$ ,  $p>0.05$ ), duygu düzenleme ( $r=,014$ ,  $p>0.05$ ), geri çekilme ( $r=-0,11$ ,  $p>0.05$ ), tolerans ( $r=,001$ ,  $p>0.05$ ) boyutları ile akademik ortalama arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır.

### 4.3.Regresyon Analizi Sonuçları

Bu bölümde araştırmanın temel hipotezlerini test etmeye yönelik olarak çoklu regresyon analizleri yapılmış ve yorumlanmıştır. Araştırmanın H1 ve H2 hipotezlerini test etmek için çoklu regresyon analizi uygulanmış ve Tablo 4 ve 5’de sunulmuştur.

**Tablo 4. Yaşam Doyumunu Etkileyen Faktörlere İlişkin Regresyon Analizi**

Bağımlı Değişken:	Yaşam Doyumu			
	$\beta$	p	R <sup>2</sup>	F
PÇNKORT	,232	,040	,032	2,488
DMOORT	,067	,280		
DDORT	,023	,753		
GÇORT	,042	,677		
TÖLORT	-,181	,099		

“pçnkort: problem-çatışma-nüks ortalama, dmoort: düşünceyle meşgul olma ortalama, ddort: duygu düzenleme ortalama, gçort: geri çekilme ortalama, tölort: tolerans ortalama.”

Yaşam doyumunda problem-çatışma-nüks etme, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans değişkenleri toplam varyansın (%3,2)’sini açıklamaktadır. Tablo incelendiğinde, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks boyutu ( $\beta=,232$ ;  $p<0,05$ ) yaşam doyumunu pozitif etkilerken, düşünceyle meşgul olma ( $\beta=,067$ ;  $p>0,05$ ), duygu düzenleme ( $\beta=,023$ ;  $p>0,05$ ), geri çekilme ( $\beta=,042$ ;  $p>0,05$ ), tolerans ( $\beta=,-181$ ;  $p>0,05$ ) boyutlarının yaşam doyumunu üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. Buna göre; **H1: “Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı yaşam doyumunu negatif etkiler”** hipotezi kısmen (Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks boyutu sadece) kabul edilmiştir.



Tablo 5. Akademik Ortalamayı Etkileyen Faktörlere İlişkin Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken:	Akademik Ortalama			
	β	p	R <sup>2</sup>	F
PÇNKORT	-,179	,114	,015	1,176
DMOORT	,092	,141		
DDORT	,001	,987		
GÇORT	,042	,673		
TÖLORT	,073	,508		

“pçnkort: problem-çatışma-nüks ortalama, dmoort: düşünceyle meşgul olma ortalama, ddort: duygu düzenleme ortalama, gçort: geri çekilme ortalama, tölort: tolerans ortalama.”

Akademik ortalamada problem-çatışma-nüks, düşünceyle meşgul olma, duygu düzenleme, geri çekilme, tolerans değişkenleri toplam varyansın (%15)’ini açıklamaktadır. Tablo incelendiğinde, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks ( $\beta=-,179$ ;  $p>0,05$ ), düşünceyle meşgul olma ( $\beta=-,092$ ;  $p>0,05$ ), tolerans ( $\beta=-,073$ ;  $p>0,05$ ), duygu düzenleme ( $\beta=-,001$ ;  $p>0,05$ ), geri çekilme ( $\beta=-,042$ ;  $p>0,05$ ) boyutları akademik ortalamayı anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Buna göre; **H2: “Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı akademik ortalamayı negatif etkiler”** hipotezi reddedilmiştir.

## SONUÇ

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler ve değişmeler hayatımızı birçok yönden olumlu, olumsuz etkilemiştir. Gelişen teknolojiyle birlikte, birçok şey çabuk ulaşılır hale gelmiştir. Ulaşılabilirlikteki kolaylık tüketici satın alma davranışında değişiklikleri de birlikte getirmiştir. Online alışveriş de en önemlilerinden biridir. Çevrimiçi yapılan alışveriş, tüketici satın alma davranışındaki değişikliğin sebeplerinden olmakla birlikte hemen herkesin kullandığı alışveriş metodlarından biridir. Çevrimiçi alışveriş, insanları mutlu edebilir, yaşamlarını olumlu etkileyebilir, hayattan daha fazla zevk ve haz almalarını sağlayabilir fakat bazı insanlarda ise bu durum bağımlılık haline gelmiş bu durumda

hastalığı beraberinde getirmiştir. Bağımlılık durumu haline gelmiş kompulsif satın alma davranışı insanlarla olan ilişkilere zarar verip, insanları olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Tüm bunlar ışığında, bu araştırmada kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik başarı üzerindeki etkileri araştırılmaya tabi tutulmuştur. Veriler öğrencilerden çevrimiçi google formlar anket yöntemiyle toplanmış ve SPSS programında analiz edilmiştir. Sonuçların genelde kompulsif çevrimiçi satın alma davranışı özelde ise bireyler üzerindeki etkileri açısından literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Özellikle literatür incelendiğinde, Romanya’da Bighiu vd. (2015) tarafından yapılan “İnternette Zorlayıcı Satın Alma Davranışı” isimli çalışmada anket yöntemi kullanılmış olup İktisat ve İşletme Fakültesi'nde okuyan ve çevrimiçi satın alım yapan 100 Romen öğrenciye ulaşılmıştır. Çalışma zorlayıcı satın alma davranış bozukluğunun olup olmadığını belirlemeyi amaçlamaktadır. Yanıtların analizi incelendiğinde örneklemin %13'ünün gerçekten de bu bozukluğun özelliklerini sunduğunu ve kompulsif alıcıların çoğunluklu kadınlar olduğuna dair önceki çalışmaları doğruladığını da ortaya çıkarmaktadır. Zhang vd. (2017) tarafından yapılan “Kompulsif Satın Alma ve Yaşam Kalitesi: Erken Orta Yaştaki Yetişkinler Arasında Kompulsif Satın Almanın Parasal Maliyetinin Bir Tahmini” adlı psikolojik bir çalışma da ise ortalama 43 yaşında olan kadın ve erkek grupları için kompulsif satın almanın parasal maliyetini tahmin etmek birincil amaç olmuştur. Doğrusal regresyon analizleri, ilgili demografik ve psikososyal faktörlerin kontrol edilmesine rağmen, kompulsif satın almanın yaşam kalitesi ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermiştir.

Bazı çalışmalar bulunsa da incelediğimiz perspektiften benzer çalışmalar yoktur. Tüm bunları göz önüne aldığımızda, literatüre sağlayacağı katkıyı anlamak açısından dikkate değerdir.

Araştırma hedeflerine yönelik oluşturulan hipotez testi bulguları aşağıda özetlenmiş ve değerlendirilmeye çalışılmıştır.

- Araştırmanın **birinci hipotezi (H1)**, Kompulsif satın alma davranışı yaşam doyumunu negatif etkiler şeklindedir. Analiz sonuçlarına göre, H1 hipotezi (kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının problem-çatışma-nüks boyutu

sadece) kısmen kabul edilmiştir. Bu durum, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumunu sadece problem, çatışma ve nüks açısından olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır.

- Araştırmanın *ikinci hipotezi (H2)*, Kompulsif satın alma davranışı akademik ortalamayı negatif etkiler şeklindedir. Analiz sonuçlarına göre, H2 hipotezi desteklenmemiştir. Bu durum, kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının akademik ortalama üzerinde herhangi bir olumsuz etkisinin bulunmadığını ortaya koymaktadır.

Çalışma özellikle kompulsif çevrimiçi satın alma davranışının yaşam doyumu ve akademik ortalama üzerindeki etkilerini ele almak açısından literatüre büyük katkı sağlaması kaçınılmazdır. Ayrıca çalışmanın sadece İnönü Üniversitesi'nin belirli fakültelerde yapılması çalışmanın bulgularının genelleştirilmesi yönünden önemsenmesi gereken bir konudur. İleride yapılacak olan çalışmaların ise farklı illeri içeren örneklem grubunu genişleterek yapılması önerilmektedir.

**KAYNAKÇA**

- Aliçavuşoğlu, Ç. & Boyraz, E. (2019). Takıntılı tüketim: Tek ürüne yönelik kompulsif satın alma davranışı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 1800-1814.
- Armağan, E. & Temel, E. (2018). Türkiye'de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül University Journal Of Graduate School Of Social Sciences*, 20(4).
- Bighiu, G., Manolică, A. & Roman, C. T. (2015). Compulsive buying behavior on the internet. *Procedia Economics and Finance*, 20, 72-79.
- Black D. W. (1996). Compulsive buying: A review. *The Journal of Clinical Psychiatry*, 57 (ek sayı 8), 50-55.
- Black D. W. (2001). Compulsive buying disorder: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS Drugs*. 15(1). 17-27.
- Bozbay, Z. & Karakuş Başlar, E. (2019). Genel kişilik özellikleri, materyalizm ve statü tüketiminin kompulsif satın alma üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Pamukkale University Journal Of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (37).
- Bozdağ Türker, Y. (2019). Parayla saadet olur mu?: Kompulsif çevrimiçi satın alma davranışıyla ilgili değişkenlerin incelenmesi ve bergen alışveriş bağımlılığı ölçeği'nin türkçe uyarlanması (Doctoral Dissertation, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Bozdağ, Y. & Alkar, Ö. Y. (2018). Bergen alışveriş bağımlılığı ölçeği'nin kompulsif çevrimiçi satın alma davranışına uyarlanması. *Bağımlılık Dergisi*, 19(2), 23-34.
- Dağlı, A. & Baysal, N. (2016). Yaşam doyumu ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Electronic Journal Of Social Sciences*, 15(59).
- Dell'Osso, B., Allen, A., Altamura, C., Buoli, M. & Hollander, E. (2008). Impulsive-compulsive buying disorder: Clinical overview. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*. 42(4). 259-66.

- Deniz, E. (2020). Üniversite öğrencilerinde çevrimiçi kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörlerin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 209-226.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Buletin*, 95 (3), 542-575.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying - a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal Of Psychology*, 96, 467 - 491.
- Doğan, S. (2015). Yaşam doyumu, seçme konular. Baskı, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Dost, M. T. (2007). Üniversite öğrencilerinin yaşam doyumunun bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(22), 132-143.
- Duroy, D., Gorse, P., Lejoyeux, M. (2014), Characteristics of online compulsive buying in Parisian students. *Addictive Behaviors*, 39, 1827-1830.
- Eroğlu, F. (2015). Kompulsif satın alma eğiliminde kişisel faktörlerin, postmodern tüketim şekillerinin ve bir pazarlama çabası olarak reklamın rolü (Doctoral Dissertation, Doktora Tezi), İstanbul: İstanbul Üniversitesi).
- Guerreschi C., 2012. Le nuove dipendenze, Società Italiana di intervento sulle patologie compulsive.
- Gümüş, S. (2017). Hizmet pazarlaması (sağlıkta güncel konular, inceleme ve deneyimler). Hiperlink Eğit. İlet. Yay. San. Tic. Ve Ltd. Sti..
- Gündoğar, D., Gül, S. S., Uskun, E., Demirci, S. & Keçeci, D. (2007). Üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu yordayan etkenlerin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri*, 10(1), 14-27.
- Horvath, C. & Birgelen, M. (2015). The role of brands in the behavior and purchase decisions of compulsive versus noncompulsive buyers. *European Journal Of Marketing*, Vol. 49 No: 1/2, Pp. 2-21.

- Jiang, Z. & Shi, M. (2016), Prevalence and co-occurrence of compulsive buying, problematic Internet and mobile phone use in college students in Yantai, China: relevance of self-traits. *BMC Public Health*, 16, 1211-1219.
- Kaderli, Y., Armağan, E. A. & Küçükkambak, S. E. (2017). Y kuşağının kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörler üzerine bir araştırma. *Istanbul University Journal Of The School Of Business Administration*, 46(2).
- Kaya M. (2004). Ankara'da 112 acil yardım hizmetleri sağlık çalışanlarının öznel yaşam kalitelerinin değerlendirilmesi. *Sağlık ve Toplum Dergisi*, Ankara, 14(4): 9-18.
- Keser A. (2005). İş doyumu ve yaşam doyumu ilişkisi: Otomotiv sektöründe bir uygulama. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 7(2): 52-63.
- Korur, M. G. & Kimzan, H. S. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alisveris sonrası pısmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: AVM müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi= Journal of Consumer and Consumption Research*, 8(1), 43.
- Lee, H., Hwang, S., Kim, J. & Daly, B. (2004). Koreli hemşirelerin yaşam doyumunun belirleyicileri. *İleri Hemşirelik Dergisi*, 48 (6), 632-641.
- Merkaš, M., Raboteg-Šarić, Z. & Miljković, D. (2011). The relation of intrinsic and extrinsic aspirations to adolescent life satisfaction. In *The Human Pursuit Of Well-Being* (Pp. 107-119). Newyork: Springer, Dordrecht.
- Morgenstern, J. (2004). İki bir arada: İş hayatında verimlilik ve tatmin. (A. Ö. Tüzel Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Müller, A., Arikian, A., De Zwaan, M. & Mitchell, J.E. (2013). Cognitive-behavioural group therapy versus guided self-help for compulsive buying disorder: A preliminary study. *Clinical Psychology And Psychotherapy*, 20 (1), 28-35. Doi: 10.1002/Cpp.773.
- Naktiyok, S. (2019). Örgütsel stres & Yaşam doyumu. Ankara: Gazi Kitabevi, 140.

- Neugarten, B. L., Havighurst, R. J. & Tobin, S. S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal Of Gerontology*.
- O'guinn, T.C. & Faber, R.J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal Of Consumer Research*, 16 (2), 147–157.
- Özdevecioğlu, M. & Aktaş, A. G. A. (2007). Kariyer bağlılığı, mesleki bağlılık ve örgütsel bağlılığın yaşam tatmini üzerindeki etkisi: İş-aile çatışmasının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (28).
- Özer, M. & Karabulut, Ö. Ö. (2003). Yaşlılarda yaşam doyumu. *Geriatrici*, 6(2), 72-74.
- Sardjoska, E. (2012). Life satisfaction in Macedonian work organizations. *Journal of Alternative Medicine Research*, 4(3), 319.
- Sekaran, U. (1999). Research methods for business. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Sharif, S. P. & Khanekharab, J. (2017). Identity confusion and materialism mediate the relationship between excessive social network site usage and online compulsive buying. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 20 (8), 494-500.
- Singh, R. ve Nayak, J. K. (2016). The effects of stress and human capital perspective on compulsive buying: A life course study in India. *Global Business Review*, 17(6), 1454-1468.
- Softa, H. K., Karaahmetoğlu, G. U., Erdoğan, O. & Yavuz, S. (2015). Yaşlılarda yaşam doyumunu etkileyen bazı faktörlerin incelenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 8(1), 12-21.
- Solomon, M.R., J.L. Zaichkowsky & R.Polegato: (2005). Consumer behaviour: Buying, having and being, 3rd Canadian Ed., Pearson: Prentice Hall, Toronto On, Canada.
- Soydan, Z. M. (2015). Üniversite öğrencilerinin internet bağımlılığı ile depresyon ve yaşam doyumu arasındaki ilişki (Doctoral Dissertation, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Sönmez, U. (2019). Online alışverişe yönelik satın alma tarzlarının kişilik tipleri açısından incelenmesi: Sakarya ili örneği (Master's Thesis, Sakarya Üniversitesi).

- Spinella, M., Lester, D. & Yang, B. (2015). Compulsive buying tendencies. *Psychological Reports: Disability & Trauma*, Vol.117(3), Pp. 649-655.
- Sung, K. W. (2003). Influencing variables on life satisfaction of Korean elders in institutions. *Journal Of Korean Academy Of Nursing*, 33(8), 1093-1100.
- Tel, F. D. (2011). Üniversite öğrencilerinin yaşam doyumu ve öz duyarlık düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Yakın, V. & Aytekin, P. (2019). İnternet bağımlılığının online kompulsif ve online anlık satın alma davranışlarına etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 20(1), 199-222.
- Zhang, C., Brook, J. S., Leukefeld, C. G., De La Rosa, M., & Brook, D. W. (2017). Compulsive buying and quality of life: An estimate of the monetary cost of compulsive buying among adults in early midlife. *Psychiatry Research*, 252, 208-214.