

# Konjoint Analizi İle Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesi: Buzdolabı Örneği\*

Melike CENGİZ  
melike@gmail.com

Nuray GİRGINER  
Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İİBF  
İşletme Bölümü  
ngirginer@gmail.com

**Konjoint Analizi İle Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesi: Buzdolabı Örneği**

## Özet

Bu çalışmanın amacı, buzdolabı seçiminde tüketicilerin tercihlerini etkileyen faktörlerin yanı sıra tüketici tercihlerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesidir. Eskişehir’de 15-21 Aralık 2008 tarihleri arasında Media Markt’ta görüşülen 99 cevaplayıcının buzdolabı tercihleri Konjoint Analizi (KA) ile incelenmiştir. Cevaplayıcıların tümü ve demografik özelliklere göre oluşturulan tüketici grupları için ayrı ayrı uygulanan KA ile buzdolabı tercihlerinde önem verilen özellikler ve önem ağırlıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Cevaplayıcıların tümü için yapılan analiz sonucunda kişilerin; enerji sınıfı, buzdolabı tipi, derin dondurucu varlığı, iç tasarım, fiyat, kapasite ve garanti süresine önem verdikleri bulunmuştur. Yaş dışındaki diğer demografik özellikler açısından tüketicilerin buzdolabı tercihinde önem verdikleri özellik sıralamalarında farklılıklar olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici tercihleri, beyaz eşya sektörü, konjoint analizi.

**Determining Consumers’ Preferences with Using Conjoint Analysis: Case of Refrigerator**

## Abstract

The aim of this study is to determine the factors that influence the consumers’ preferences of choosing refrigerator and also determine whether consumers’ preferences changed according to personal variables. In this study, responses of 99 respondents were analyzed with Conjoint Analysis (CA) in Eskişehir in Media Markt at 15-21 December 2008. Features that are important and importance levels were tried to determine with Conjoint Analysis for whole respondents and for consumer groups that were occurred by demographic variables. In this study, the results of CA for whole respondents revealed that consumers in Eskişehir pay more attention the eco-labeling and then the outer design, presence of no-frost, inner design, price, capacity and guarantee time. Except the group which was occurred by age, for the other consumer groups consider important to different ordering features.

**Key Words:** Consumers’ preferences, white good sector, conjoint analysis.

\*Bu çalışma; Doç. Dr. Nuray Girginer’in danışmanlığında, Melike Cengiz tarafından yazılan “Buzdolabı seçiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Konjoint Analizi İle Belirlenmesi” isimli Yüksek Lisans Tezinden türetilmiştir. Yüksek Lisan Tezi kabul tarihi: 05.05.2009 Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.