

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Mayıs 2021, Cilt 14, Sayı 2, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

The Mediating Role of Social and Environmental Responsibility in the Relationship Between Material Values, Consumer Cynicism and Product/Service Quality

Çağla Pınar Utkutuğ

Sanal Bankacılık Müşteri Asistanlarına İlişkin Hizmet Kalitesinin Müşteri Güveni, Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakatine Etkisi ve Ağızdan Ağıza İletişim

Berrin Arzu EREN

Tüketici Bilgi Kaynaklarının Kredibilitesi: Deneysel Bir Araştırma

Erdem ÖZKAN, Ahmet ŞEKERKAYA

The Effect of Human Images in Advertisements on Consumer Attention By Product Type and Gender: An Eye-Tracking Study

Ezgi DELEN, Burcu İLTER

Marka Bilgisi ve Tüketici-Marka İlgiliğinin Marka Evangelizmine Etkisinde Dışa Dönüklük ve Deneyime Açıklık Kişilik Özelliklerinin Rolü

Kamile MERİÇ, Alpaslan YÜCE

Futbol Seyircilerinin Etkinlik Kalitesine Yönelik Beklentilerinin Değerlendirilmesi

Alperen HALICI, Zafer ÇİMEN

