

Eylül 2022 • Cilt, 15 • Sayı, 3
ISSN: 1309-243X

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ



BASKI, GENEL DAĞITIM VE İSTEME ADRESİ
Sistem Ofset Bas. Yay. San. ve Tic. Ltd. Şti.
Sertifika No: 13255
Strazburg Cad. No: 31/17 Sıhhiye / ANKARA

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Adına Sahibi
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneęi

Editörler

Prof. Dr. Bahtişen KAVAK, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ÖZER, Ankara Üniversitesi

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Mehpare TOKAY ARGAN, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Prof. Dr. Nilüfer AYDINOĞLU, Koç Üniversitesi

Prof. Dr. Çiğdem ŞAHİN BAŞFIRINCI, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Prof. Dr. Burcu İLTER, Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Olgun KİTAPÇI, Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ, Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Oylum KORKUT ALTUNA, İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU BABA, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Doç. Dr. İstemi BERK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Nilay BIÇAKÇIOĞLU PEYNİRCİ, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Canan ERYİĞİT, Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. David FARO, London Business School, UK

Doç. Dr. Emine Eser GEGEZ, İstanbul Bilgi Üniversitesi

Doç. Dr. İlayda İPEK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Berna TARI KASNAKOĞLU, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Doç. Dr. F. Zeynep ÖZATA, Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Behçet Yalın ÖZKARA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Doç. Dr. Steven SEGGIE, ESSEC Business School, Frane

Dr. Öğr. Üyesi Niray TUNÇEL, Hacettepe Üniversitesi

Yazı İşleri

Esra GENÇ, Ankara Üniversitesi

İrem BURAN, Ankara Üniversitesi

Mehmet ÖZER, Ankara Üniversitesi

Özge DİNÇER, Ankara Üniversitesi

| | |
|-----------------------------|----------------------------------|
| Prof.Dr. Doğan Yaşar AYHAN | Başkent Üniversitesi |
| Prof.Dr. Muzaffer BODUR | Boğaziçi Üniversitesi (Emekli) |
| Prof.Dr. Tamer ÇAVUŞGİL | Georgia State University |
| Prof.Dr. Tevfik DALGIÇ | University of Texas |
| Prof. Dr. Şayeste DAŞER | KOÇ Üniversitesi (Emekli) |
| Prof.Dr. Yüksel EKİNCİ | University of Portsmouth |
| Prof.Dr. Güliz GER | Bilkent Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sahavet GÜRDAL | Marmara Üniversitesi |
| Prof.Dr. Doğan GÜRSOY | Washington State University |
| Prof.Dr. Muhittin KARABULUT | Arel Üniversitesi |
| Prof.Dr. Erdener KAYNAK | Pennsylvania State University |
| Prof.Dr. Akın KOÇAK | Ankara Üniversitesi |
| Prof.Dr. Mustafa MAZLUM | Çukurova Üniversitesi |
| Prof.Dr. İsmet MUCUK | İstanbul Esenyurt Üniversitesi |
| Prof.Dr. Yavuz ODABAŞI | Anadolu Üniversitesi |
| Prof.Dr. Selime SEZGİN | İstanbul Bilgi Üniversitesi |
| Prof.Dr. Tuncer TOKOL | Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi |
| Prof.Dr. Doğan TUNCER | Başkent Üniversitesi |
| Prof.Dr. Cemal YÜKSELEN | Beykent Üniversitesi |

(*) Soyadlarına göre alfabetik sıraya göre yazılmıştır.

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yer aldığı akademik endeksler

“Advanced Sciences Index” (ASI), “AcademicKeys”, “CiteFactor”, “ASOS Index”,
“TÜBİTAK ULAKBİM TR-Dizin”

Journal of Marketing and Marketing Research is indexed and abstracted in

“Advanced Sciences Index” (ASI), “AcademicKeys”, “CiteFactor”, “ASOS Index”,
“TÜBİTAK ULAKBİM TR-Dizin”

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi yılda iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayınlanan makalelerin bilim ve dil sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergide yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

AMAÇ

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları alanındaki özgün bilimsel çalışmaların yayınlanması suretiyle alandaki teorik, kavramsal ve uygulamalı literatüre katkıda bulunmaktadır.

KAPSAM

Dergi, öncelikle Pazarlama, Pazarlama Araştırması ve aynı zamanda Sosyoloji, Psikoloji, Yönetim Bilimleri, Girişimcilik vb. gibi Pazarlama ile ilgili diğer alanlarda yayın yapmaktadır.

YAYIN ETİĞİ KURALLARI

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi makale kabulü ve yayımında etik kurallara uymaktadır. Bu kapsamda Committee on Publication Ethics'in (COPE) Yayın Etiği yönergeleri kabul edilmekte ve uygulanmaktadır. Yönergenin detaylarına <https://publicationethics.org/> adresinden ulaşılabilir.

İÇİNDEKİLER

Araştırma

Hizmet Baskın Mantık Yaklaşımının Tematik Gelişim Süreçleri ve Bilimsel Üretim Dinamikleri:

2004-2021 Yılları Arası Yayımlanan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi
Hazal DUMAN ALPTEKİN, Semra DOĞAN 649

Adaptation of The E-Learning Service Quality Scale to Turkish:
Validity and Reliability Study

Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK, Bahman HUSEYNLI, Melek SÜLER 681

Tüketim Ritüeli Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi

Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TİLTAY 713

Sosyal Güç ve Antropomorfizmin Varlıklara Verilen Değere Etkisi

Umut KUBAT DOKUMACI 747

Tüketici-Marka Özdeşleşmesinin Daha Çok Ödemeye Etkisi: Materyalizm,
Benzerlikten Kaçınma ve Dürtüsel Satın Alma

Şerife KAZANCI SUNAOĞLU, Merve VARDARSUYU 773

A Scale Development Study for Preferences of Local Fast-Food Restaurant

Murat Selim SELVİ, Özgür KAYAPINAR, Beste Burcu KASAP, Aykut PAJO..... 803

Çevrimiçi Yiyecek-İçecek Platformlarında Kişisel ve Kurumsal Güvenin Marka
Tutumu ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi:

Marka Cinsiyeti Özelliklerinin Düzenleyici Rolü

Parisa ALİZADEHFANAELOO 835

Yabancı Ürün Satın Alma Niyeti Üzerinde Tüketici Etnosentrizmi ve Tüketici
Zenosentrizminin Etkisinin İncelenmesi

İlknur KOÇYİĞİT BAYNIŞ, Fatih GEÇTİ..... 867

Derleme

Consumer'e Aşkın Olan Construer'in Kavramsal Çerçevesi Üzerine Bir İnceleme:
Consumer'in Aşkın Zemini Olarak Theosumer

Mehmet Ali PAYLAN 901