

Mayıs 2024 • Cilt, 17 • Sayı, 2  
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, İstanbul Arel Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ÖZER, Ankara Üniversitesi

**Editörler Kurulu**

Prof. Dr. Oylum KORKUT ALTUNA, İstanbul Üniversitesi

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

Prof. Dr. Nilüfer AYDINOęLU, Koç Üniversitesi

Prof. Dr. Çiğdem ŞAHİN BAŞFIRINCI, Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Prof. Dr. Canan ERYİĞİT, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Burcu İLTER, Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Berna TARI KASNAKOęLU, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Prof. Dr. Olgun KİTAPÇI, Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ, Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. F. Zeynep ÖZATA, Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Behçet Yalın ÖZKARA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ, Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi

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

Doç. Dr. İstemi BERK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Nilay BIÇAKÇIOęLU PEYNİRCİ, University of Sussex

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. Steven SEGGIE, ESSEC Business School, Frane

Doç. Dr. Niray TUNÇEL, Hacettepe Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZER, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

**Yazı İşleri**

Dr. İrem BURAN, Ankara Üniversitesi

Dr. Esra GENÇ, Ankara Üniversitesi

Özge DİNÇER, Ankara Üniversitesi

---

Prof.Dr. Dođan YaŐar AYHAN	BaŐkent Ünisversitesi
Prof.Dr. Muzaffer BODUR	Bođaziçi Ünisversitesi (Emekli)
Prof.Dr. Tamer ÇAVUŐĐİL	Georgia State University
Prof.Dr. Tevfik DALGIÇ	University of Texas
Prof. Dr. Őayeste DAŐER	KOÇ Ünisversitesi (Emekli)
Prof.Dr. Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth
Prof.Dr. Güliz GER	Bilkent Ünisversitesi
Prof. Dr. Sahavet GÜRDAL	Marmara Ünisversitesi
Prof.Dr. Dođan GÜRSOY	Washington State University
Prof.Dr. Muhittin KARABULUT	Arel Ünisversitesi
Prof.Dr. Erdener KAYNAK	Pennsylvania State University
Prof.Dr. Akın KOÇAK	Ankara Ünisversitesi
Prof.Dr. Mustafa MAZLUM	Çukurova Ünisversitesi
Prof.Dr. İsmet MUCUK	İstanbul Esenyurt Ünisversitesi
Prof.Dr. Yavuz ODABAŐI	Anadolu Ünisversitesi
Prof.Dr. Selime SEZĐİN	İstanbul Bilgi Ünisversitesi
Prof.Dr. Tuncer TOKOL	Uluslararası Kıbrıs Ünisversitesi
Prof.Dr. Dođan TUNCER	BaŐkent Ünisversitesi
Prof.Dr. Cemal YÜKSELEN	Beykent Ünisversitesi

---

(\*) 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”, “EBSCO”

### **Journal of Marketing and Marketing Research is indexed and abstracted in**

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

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 AraŐtırması ve aynı zamanda Sosyoloji, Psikoloji, Yönetim Bilimleri, GiriŐimcilik 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 Etiđi yönergeleri kabul edilmekte ve uygulanmaktadır. Yönergenin detaylarına <https://publicationethics.org/> adresinden ulaşılabilir.

## İÇİNDEKİLER

### ***Araştırma***

Geçmişten Günümüze Geleneksel Pazarlamadan Dijitalleşen Pazarlamaya Evrilen Süreçte Yapay Zekâ ve Metaverse Faktörleri <b>Kemal Gökhan NALBANT, Sevgi AYDIN</b> .....	<b>231</b>
Bütüncül Kanal Lojistikte Müşteri Deneyiminin Marka Bağlılığına Etkisi <b>Aliye ŞEREMET, Hatice AYDIN</b> .....	<b>259</b>
Yeşil Pazarlama Stratejilerinin Yeşil Tedarikçi Seçimi, Yeşil İnovasyon ve Performans Üzerindeki Etkisi <b>Dilber Nilay KÜTAHYALI, Bülent YILDIZ</b> .....	<b>305</b>
Omnichannel Retailing in Türkiye: A Content Analysis Study <b>Büşra OKTAY BAYHAN, Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK</b> .....	<b>341</b>
Tedarik Zinciri Dirençliliğinin Şimdisi ve Sonrası: Bir Bibliyometrik Analiz <b>Ramazan KAYHAN, F. Müge ARSLAN</b> .....	<b>369</b>
Sosyal Kampanyalarda Mesaj Çekiciliklerine Yönelik Dikkat Değişiminin Alturistik Kişilik Özelliklerine Göre İncelenmesi: Deneysel Bir Çalışma <b>Leyla BEZGİN EDİŞ, Sabiha KILIÇ, Serap AYDIN</b> .....	<b>417</b>
A Qualitative Study on the Determination of Balancing Factors in the Relationship Between Products, Consumers and Package Schema on the Basis of Balance Theory <b>Abdullah ALKAN, İbrahim Taylan DÖRTYOL, Merve NALBANT</b> .....	<b>457</b>
Emojilerin Hedonik ve Faydacı Mesajlar Üzerindeki Etkisi <b>Oğuzhan AYDIN</b> .....	<b>495</b>
Marka Nefreti: Öncüller, Boyutlar ve Markadan Kaçınma Arasındaki İlişkiler <b>İrem GÜRAN, Emre Şahin DÖLARSLAN</b> .....	<b>527</b>
<b><i>Derleme</i></b>	
Pazarlama ve Yeni Materyalizm <b>İrem BURAN, Şenay SABAH</b> .....	<b>561</b>