



Cilt / Volume: 12, Sayı / Issue: 23, Sayfalar / Pages: 407-430

Derleme Makale / Review Article

Received / Alınma: 03.12.2021

Accepted / Kabul: 23.02.2022

TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI AÇISINDAN KOMPULSİF SATIN ALMA DAVRANIŞINA YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA*

Yusuf Ozan YILDIRIM¹

Serdar PİRTİNİ²

Öz

Kompulsif satın alma davranışının incelendiği ilk çalışmalara göre patolojik olarak aşırı harcama eğilimi olarak psikiyatrik açıdan hastalık olarak tanımlandığı görülmektedir. Zaman içerisinde davranışın psikolojik açıdan incelenmesinin ardından ise çeşitli bozukluklardan kaynaklandığı açıklanmaktadır. 1980'lerin sonlarına doğru ise kompulsif satın alma davranışının pazarlamaya konu olması ile birlikte tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışı tekrarlı, aşırı ve gereksiz satın almalar olarak tanımlanmakta olup herhangi bir bireyde gözlemlenebileceği açıklanmaktadır.

Kompulsif satın alma davranışının tüketici davranışları açısından incelendiği bu araştırmada öncelikle 1985-2021 yılları arasında yayınlanan bilimsel makaleler incelenerek tüketici davranışlarına yönelik yayınlanan makaleler türlerine göre teorik ve uygulamalı olarak sınıflandırılmıştır. Sonrasında ise tüketici davranışları perspektifinde kompulsif satın alma davranışı ile birlikte çalışılan değişkenler özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Bu durumun temel amacı ise bir yandan akademik yayınların ilerlemesi açısından literatürün genelini tek elde toplamak iken öte yandan konu ile birlikte çalışılan değişkenlerin özetlenmesi sonrası gelecek araştırmalara yön göstermektir. Sonuç olarak araştırmanın belirlenen amacına yönelik elde edilen sonuçlar incelendiğinde tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışının genel olarak dürtüsellik, obsesyon, anksiyete, materyalizm, benlik saygısı gibi değişkenler ile yaygın şekilde çalışıldığı görülmektedir. Öte yandan tüketici davranışları açısından önemli bir konuma sahip olan kültür ve finansal değişkenler ise kompulsif satın alma davranışı açısından yeterli düzeyde çalışılmadığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışları, Kompulsif Satın Alma Davranışı.

Jel Kodları: M31, D91.

* Bu çalışma, "Stres, Obsesyon ve Sosyal Kaygılar Taşıyan İnsanların Kompulsif Satın Alma Davranışlarının İncelenmesi" başlıklı tez'den üretilmiştir.

¹Arş. Gör., Dicle Üniversitesi, E-posta: yoyildirim@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0346-2660

²Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, E-posta: serdarpirtini@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9858-060X

Atıf/Citation

Yıldırım, Y. O. & Pirtini, S. (2022). Tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışına yönelik kavramsal bir çalışma. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(23), 407-430.

A CONCEPTUAL STUDY ON COMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN TERMS OF CONSUMER BEHAVIORS

Abstract

According to the first studies examining compulsive buying behavior, it is seen that it is defined as a psychiatric illness in the form of a pathologically excessive spending tendency. After the psychological examination of the behavior over time, it is explained that it is caused by various disorders. Towards the end of the 1980s, with compulsive buying behavior being the subject of marketing, compulsive buying behavior is defined as repetitive, excessive and unnecessary purchases in terms of consumer behavior and it is explained that it can be observed in any individual.

In this research, in which compulsive buying behavior is examined in terms of consumer behavior, first of all, scientific articles published between 1985-2021 were examined and articles published on consumer behavior were classified as theoretical and applied according to their types. Afterwards, the variables studied together with compulsive buying behavior are summarized and interpreted from the perspective of consumer behavior. The main purpose of this situation is, on the one hand, to collect the general literature in one hand in terms of the progress of academic publications, on the other hand, to guide future researches after summarizing the variables studied together with the subject. Finally, when the results obtained for the determined purpose of the research are examined, it is seen that compulsive buying behavior in terms of consumer behavior is widely studied with variables such as impulsivity, obsession, anxiety, materialism, self-esteem. On the other hand, it is seen that cultural and financial variables, which have an important position in terms of consumer behavior, have not been studied sufficiently in terms of compulsive buying behavior.

Keywords: Consumer Behavior, Compulsive Buying Behavior.

Jel Codes: M31, D91.

1. GİRİŞ

Pazarlamanın tüketici davranışları alanı incelendiğinde, alandaki en önemli unsurun “insan” olması sebebiyle araştırmacılar davranışı tanımlamak için sosyoloji, psikoloji, antropoloji vb. gibi çeşitli disiplinler ile birlikte çalışmışlardır. Yıllar içerisinde farklı disiplinlerden beslenerek ilerleyen alanda tüketici davranışlarını incelemek adına birçok çeşitli konu çalışılmıştır. Buna göre ilk olarak psikiyatrik açıdan incelenen “kompulsif satın alma davranışı” zamanla psikolojiye ve sonrasında pazarlamaya konu olmuştur. Psikiyatri alanında kompulsif satın alma davranışı patolojik olarak aşırı tüketim isteği olan “oniomania” ve her şeye sahip olma isteği olan “affluenza” şeklinde açıklanarak çeşitli bozukluklar ile birlikte gözlemlenmektedir (Lejoyeux vd., 1999; Workman, 2010). Bahsi geçen bozukluklar ise davranışın çıkış noktasında gerçekleşen ve aşırı zevk duygu durumu, hiper aktivite, yargı bozuklukları ve manik ataklar ile sonuçlanabilecek psikotik bir duruma sebep olan obsesif-kompulsif bozukluk ile açıklanmaktadır. Bu açıdan psikiyatri alanının savunduğu görüşe göre eş tanı olarak adlandırılan bozukluklar obsesif-kompulsif spektrumununa bağlı olarak depresyon, bipolar, panik atak, anoreksiye nervoza ve bulimia nervoza vb. gibi bozukluklar olarak gözlemlenmektedir (Black vd., 1998, s. 961). Öte yandan kompulsif satın alma

davranışı psikoloji alanı içerisinde incelendiğinde ise davranışın sadece bozukluklardan kaynaklanmadığı belirtilmektedir. Psikoloji alanına göre mental problemler, problemlili aile geçmişi, sosyo kültürel yapı, kumar ve madde kullanımı gibi çeşitli bağımlılıklar, olumlu ve olumsuz duygu durumları ve dürtüsel bozukluklar gibi çeşitli faktörlerde davranışın kaynağı olarak açıklanmaktadır (Black, 2011, s. 198; Workman, 2010, s. 93). Bu açıdan kompulsif satın alma davranışının psikoloji alanındaki tezahürü ise genel olarak obsesif-kompulsif davranışa bağlı olarak gerçekleşen bir bağımlılık durumu olduğu ve içsel gerilim veya dışsal uyarıcılara bağlı olarak dürtüsel bozukluklar ile tetiklenen davranış biçimi olarak belirtilmektedir (Faber, 2011, s. 8). Sonuç olarak psikoloji alanında kompulsif satın alma davranışı problemlili ve kontrol dışı olarak tanımlanarak, kompulsif spektrumunun uç noktaları olan manik ataklar ve psikotik rahatsızlıklar ile bağdaştırılmamaktadır (Koran vd., 2006, s. 1806). Kompulsif satın alma davranışı tüketici davranışları alanına göre incelendiğinde ise obsesif-kompulsif spektrumundan bağımsız bir şekilde çeşitli tetikleyicilere bağlı olarak gerçekleşen tekrarlı, aşırı ve gereksiz satın alma davranışı olarak tanımlandığı görülmektedir (Ridgway vd., 2008, s. 623). Genel tüketici perspektifinden bakıldığında kompulsif satın alıcıların düşük benlik saygısı, yüksek hayal gücü, materyalistik değerler, ileri düzeyde depresyon, yüksek düzeyde anksiyete ve obsesyon, stres, hayal kırıklığı ve sosyal izolasyon gibi problemlere sahip oldukları görülmektedir (Gupta, 2013, s. 44).

Tüketici davranışları alanı perspektifinde 1985-2021 yılları arasında yayınlanan kompulsif satın alma davranışına yönelik çalışmaların incelenmesi sonrası, elde edilen kaynaklarda kompulsif satın alma davranışına yönelik birçok farklı konu çalışıldığı görülmüştür. Literatürde kompulsif satın alma davranışına yönelik geçmiş yılların çalışmalarının birlikte sunulduğu ve 1994-2013 yılları arasında yayınlanan çalışmaların incelendiği Müller vd. (2015) tarafından gerçekleştirilen araştırma dışında herhangi bir araştırmaya denk gelinmemiştir. Ek olarak bahsi geçen araştırma kompulsif satın alma davranışını genel olarak tüm alanlardaki tezahürlerini incelemektedir. Tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışında nelerin çalışıldığının, yıllara endeksli bir literatür ile sunulmuş olması sebebiyle araştırma derleme makale olarak görülmektedir. Bu bağlamda araştırmada öncelikle konunun pazarlama alanı içerisinde çalışılmaya başlandığı geçmiş yıllardan başlayarak günümüze kadar yayınlanan bilimsel makaleler incelenmiştir. Elde edilen kaynakların incelenmesi sonrasında çalışmalar teori ve uygulamadaki ayrışma ve benzeşme durumlarının görülmesi, çalışılan konuların ve değişkenlerin sınıflandırılması açısından teorik ve uygulamalı olarak ayrıştırılmıştır. Aynı zamanda çalışmada sunulacak olan tüketici

davranışları açısından kompulsif satın alma davranışı ile ilişkilendirilen bazı değişkenler tablosu ile gelecek araştırmacılara hem yön göstermek hem de kolaylık sağlamak amaçlanmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

1985 - 2021 yılları arasında gerçekleştirilen ve yayınlanan araştırmalar “kompulsif satın alma” anahtar kelimesi ile taranmıştır. Tarama sonrası elde edilen kaynaklardan bilimsel dergilerde yayınlanmış ve belirli sayıda atıf almış olan makaleler seçilmiş olup bildiri, kitap, kitap bölümü ve lisansüstü tezleri değerlendirmeye alınmamıştır. Aynı zamanda araştırma olarak benzer konuların çalışıldığı makaleler de elenmiştir. Son olarak kalan makalelerin tüketici davranışları alanına yönelik olmayanları elenmiştir. Belirlenen adımlar sonrasında elde kalan makaleler ise araştırmanın türüne göre uygulamalı ve teorik olarak sınıflandırılmıştır. Araştırmanın geçmiş literatür çalışmalarının özetlerinin verildiği bu bölümde çalışmalar yıllar bazında sıralı olacak şekilde sunulmaktadır. Buna göre çalışmaların ne amaçla yapıldığı ve ne gibi bulguların elde edildiği aşağıda sırayla incelenmektedir.

2.1. Teorik Çalışmalar

- **1990 - Scherhorn:** Kompulsif satın alma davranışının tüketim alışkanlığı mı?, bağımlılık mı? olduğu ayrımını ortaya koymak için literatür taraması gerçekleştirmiştir. Satın alma davranışı olarak incelendiğinde kompulsif satın almada kontrol mekanizmasının eksikliği, satın almadan fayda sağlanmamasına rağmen tekrar etmesi durumları bağımlılık teorilerine bağlanarak açıklanmış ve bu davranış satın alma bağımlılığı olarak adlandırılmıştır.
- **1996 - Lejoyeux, Ades, Tassain, & Solomon:** Tekrarlayan, dürtüsel ve aşırı satın alma bozukluğu olarak tanımladıkları kompulsif satın almayı; kontrolsüz satın alma olarak adlandırarak, kontrolün kaybedilmesinin sebeplerini incelemiş ve kontrol kaybına sebep olan faktörleri obsesif-kompulsif bozukluk, depresyon, çeşitli bağımlılıklar vb. şeklinde sıralamışlardır.
- **2006 - Hollander & Allen:** Kompulsif satın alma davranışın gerçekte bir bozukluk olma durumu araştırılmıştır. Sonuç olarak araştırma kompulsif satın alma davranışının aslında iki yönü olduğunu belirtmiştir. Birincisi satın almanın bağımlılık boyutuna dönüşerek klinik incelenme durumu. Bu durumu genel olarak dürtüsel bozukluklar, medikal bozukluklar gibi unsurlar etkileyerek kompulsif davranışı istifleme (hoarding) boyutuna dönüştürmektedir. Diğer taraftan ikinci boyut ise normal insanların satın alma davranışlarında gözlemlenebilen kompulsiflik durumu olarak tanımlanmaktadır. Bu

durumda ise birey ahlaki, etik, dini ve yasal değerler açısından eksik olması, durumsal olarak stres, depresyon gibi unsurlar ile bireyin kompulsif davranması tetiklenmektedir.

- **2006 - Park, Cho, & Seo:** Klinik olarak kompulsif satın alma davranışı gözlemlenen bireylerin eş tanı durumları ile kompulsif satın almaya etki eden faktörlerin örtüşme durumu incelenerek, kompulsif satın alma davranışının alt yapısında hangi teorinin olduğu incelenmiştir. Buna göre kompulsif satın almaya sebep olan faktörlerin aile ve akran iletişimde problemler, stres, kredi kartı kullanımı, obsesif davranışlar olduğu belirtilirken alt yapısındaki teorinin bağımlılık teorisi olduğu açıklanmıştır.
- **2008 - Manolis & Roberts:** Kompulsif satın alma davranışın nasıl ölçülmesi gerektiğini inceleyen araştırma 2008 yılına kadar geliştirilen ölçek çalışmaları arasında meta analiz kullanarak ölçeklerin ayrışma noktaları ve hangi durumlarda hangi ölçeğin kullanılması gerektiğini belirlemek için gerçekleştirilmiştir. Faber ve O'Guinn'e ait 1 ölçek ve Edwards'a ait 1 ölçeğin incelendiği çalışmada, ölçeklerin farklı yapılarıdaki kompulsif satın alma davranışına yönelik geliştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, Faber ve O'Guinn'e ait ölçeğin klinik vakalara yöneldiği gözlemlenirken Edwards'a ait ölçeğin ise ağırlıklı aşırı harcama eğilimine yönelik gerçekleşen kompulsif davranışı incelediği belirlenmiştir.
- **2010 - Lejoyeux & Weinstein:** Kompulsif satın alma davranışına etki eden psikolojik faktörlerin belirlenmesi ve tedavi edilmesi için literatür taraması gerçekleştirmiştir. Buna göre psikolojik faktörler sırasıyla ruh hali bozukluğu, obsesif bozukluklar, yeme bozuklukları, madde kullanımı ve kişilik bozuklukları olarak tanımlanmıştır. Öte yandan rahatsızlığın tedavi edilmesi için önemli unsurun eş tanıları ortadan kaldırmaya odaklanacak bilişsel davranış terapileri olduğu açıklanmıştır. Son olarak davranışın normal kişilerde de dürtüsellik ile tetiklenerek ilerleyebileceği açıklanmıştır.
- **2010 – Workman:** Kompulsif satın almanın teorik olarak belirli bir çerçevesi olduğu belirtilerek altyapısında hangi teorilerin olduğu araştırılmıştır. Ayrıca kompulsif satın almanın öncüllerinin ne olduğu açıklanmıştır. Buna göre davranışın özünde bağımlılık teorisi bulunduğu ancak durumsal faktörlere ve geliştirilen modellere göre teorinin “influenza” (aşırı tüketim isteği, aşırı harcama isteği, zengin olma vb.), “sosyal öğrenme teorisi” gibi farklılaşabileceği açıklanmıştır. Öncüller ise kişilik özellikleri, materyalizm, dürtüsellik, aşırı kredi kartı kullanımı, düşük benlik saygısı, depresyon gibi çeşitli unsurlara bağlanmıştır.

- **2013 – Gupta:** Kompulsif satın alma davranışının pazarlama alanında nasıl incelendiği ve ne gibi çalışmalar yapıldığı araştırılmıştır. Gerçekleştirilen ilk çalışmalar kültür, kişilik ve demografik unsurlara odaklı olduğu belirtilirken sonraki çalışmalarda ağırlıklı olarak dürtüsel satın alma davranışı ile birlikte çalışıldığı belirtilmiştir. Buna göre davranış pazarlamada yaygın olarak kullanan bir teori olan “plansız satın alma davranışı” ile ilişkilendirilmiştir.
- **2015 - Müller, Mitchell, & de Zwaan:** 1994-2013 yılları arasında yayınlanan çalışmalar “kompulsif satın alma” anahtar sözcüğü ile araştırılarak davranışa etki eden faktörler tanımlanmıştır. Buna göre davranışa etki eden faktörlerin duygu-durum bozukluğu, istifleme, obsesyon, anksiyete, yeme bozuklukları, depresyon, sosyal ilişkilerde bozukluk, izolasyon gibi çeşitli unsurlar olduğu açıklanmaktadır.
- **2016 - Weinstein, Maraz, Griffiths, Lejoyeux, & Demetrovics:** Kompulsif satın alma davranışının bağımlılık olarak adlandırıldığı çalışmada davranışın karakteristiği ve özellikleri açıklanmaktadır. Buna bağlı olarak öncelikle kompulsif davranış iki boyutta incelenmiştir. İlki normal bireylerdeki kompulsif satın alma davranışı iken ikincisi klinik bireylerdeki davranışlardır. İki durumda da davranışın karakteristiğinin değiştiği açıklanarak klinik durumlarda özellikle biriktirme ve istifleme davranışının daha baskın olduğu açıklanmıştır. Son olarak normal bireyler durumsal olarak kompulsif davranabilirken, klinik bireylerin depresyon, obsesif bozukluklar, anksiyete, yeme bozuklukları gibi rahatsızlıklar ile birlikte davranışı gerçekleştirdikleri açıklanmıştır.
- **2021 - Yiğit & Govdere:** Kompulsif satın alma davranışın sosyo-ekonomik boyutunun kavranması için ayrıntılı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Buna bağlı olarak kompulsif satın alma davranışına etki eden kişisel ve çevresel faktörlerin açıklanması sonrasında ekonomik boyuta yönelik araştırmaların eksikliği vurgulanmıştır.

2.2. Uygulamalı Çalışmalar

- ❖ **1988 - Valance, d'Astous, & Fortier:** Çalışma, kompulsif satın almayı ölçebilecek bir ölçek geliştirmek ve kompulsif satın almaya etki eden temel faktörleri belirlemek üzerine gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kompulsif satın alma ölçeği geliştirilmiş ve kompulsif satın almanın temelde anksiyete, benlik saygısı ve aile faktörü ile ilişkili olduğu bulgularına ulaşılmıştır.
- ❖ **1989 - Faber & O'Guinn:** Kompulsif satın almanın ölçülmesi için psikolojik ve ekonomik temele odaklı olan ölçek geliştirilmiştir. Geliştirilen ölçek kapsamında toplumda kompulsif

satın alma yüzdesi ve etki eden faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada geliştirilen ölçek uygulaması sonrasında toplumun %6'ya yakın bir kesiminde kompulsif satın alma davranışı gözlemlenmiştir. Kompulsif satın alma davranışını sergileyen örneklemde benlik saygısının düşük, materyalizmin yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

- ❖ **1989 - O'guinn & Faber:** Kompulsif satın alma davranışı ile potansiyel olarak ilişkili faktörlerin belirlenmesine odaklanılmıştır. Ayrıca kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireylerin kişisel olarak hangi problemleri taşıdıkları araştırılmıştır. Kompulsif satın alma davranışı gerçekleştiren bireylerde kişisel kontrol mekanizmalarında sorunlar ve anksiyete problemleri olduğu belirlenirken, bireylerin düşük benlik saygısı ve yüksek hayal gücüne sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca dürtüsel satın almanın kompulsif satın almanın öncülü olduğu açıklanmıştır.
- ❖ **1990 - d'Astous:** Çalışma kompulsif satın alma davranışının tüm bireylerde görülebileceğini savunma düşüncesi ile genel popülasyona yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple çalışmada normal insanların kompulsif satın alma davranışı gerçekleştirmelerinin hangi faktörler ile ilişkisi olduğunu araştırılmaktadır. Benlik saygısı düşük, kredi kartı kullanma alışkanlığı yüksek, çocukluktaki satın alma davranışı deneyimleri problemlili olan normal insanların kompulsif satın almaya meyilli oldukları sonucuna ulaşılmıştır.
- ❖ **1990 - d'Astous, Maltais, & Roberge:** Ergenlik döneminde olan genç nüfusun kompulsif satın alma davranışına eğilimleri incelenmiş olup, kompulsif satın alma eğiliminde etkili olan faktörler araştırılmıştır. Kompulsif satın alma eğilimi ile ailenin bilinçli yetiştirme durumu ve bireylerin benlik saygısı negatif yönde iken akran etkisi ve medya etkisinin pozitif yönde etkileri olduğu belirlenmiştir.
- ❖ **1992 - Hanley & Wilhelm:** Normal tüketim alışkanlıkları ve kompulsif tüketim alışkanlıkları olan iki grup arasında benlik saygısı ve parasal tutum açısından farklılık durumları incelenmiştir. Kompulsif tüketim alışkanlığı olan bireylerin normal bireylerden daha düşük benlik duygusuna sahip olduğu ve parasal tutumlarının düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada kompulsif tüketim alışkanlığına sahip bireylerin daha obsesif oldukları belirlenmiştir.
- ❖ **1993 - Edwards:** Kompulsif satın alma davranışına yönelik ölçek geliştirilmiş ve geliştirilen ölçeğin kompulsiflik bağlamında alışveriş davranışı ve harcama eğilimine yönelik geliştirildiği açıklanmıştır. Buna göre gerçekleştirilen geçerlilik ve güvenilirlik

sonrası 13 ögenin kaldığı ölçek harcama eğilimi, harcama isteği, alışveriş isteği, harcama bozukluğu ve davranış sonrası pişmanlık şeklinde faktörlere ayrıldığı gözlemlenmiştir.

- ❖ **1996 - DeSarbo & Edwards:** Kompulsif satın almayı “davranışın sonuçlarını göz ardı ederek aşırı güçlü, kontrol edilemeyen ve tekrarlayan satın alma dürtüsü ile kronik bir harcama şekli” olarak tanımlayan araştırmacılar davranışa etki eden faktörleri belirlemek için çalışma yapmışlardır. Buna göre davranışa etki eden faktörler anksiyete, mükemmeliyetçilik, aşırı hayal gücü, dürtüsellik, heyecan arama, obsesyon, bağımlılık, kontrol kaybı, depresyon, sosyal yalnızlık, materyalizm, aile yapısı şeklinde sıralanmıştır. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonrası belirlenen faktörlerin tamamı kompulsif satın almaya pozitif yönde etki ettiği gözlemlenmiştir. Sonuçlara göre en güçlü etkinin “dürtüsellik” değişkeninde olduğu görülmüştür.
- ❖ **1996 - Faber & Christenson:** Kompulsif satın alan bireylerin alışveriş öncesi ve sonrası duygu durumlarının nasıl olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda araştırmacılar 2 grup üzerinde inceleme gerçekleştirmiş ve birinci grubun kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireyler, ikinci grubun ise normal bireyler olduğu görülmüştür. Sonuç olarak alışveriş öncesi mutluluk düzeyleri kompulsif bireylerde düşük iken alışveriş sonrasında yükselmiştir. Normal bireylerde ise mutlulukları arasında çok büyük bir değişim gözlemlenmemiştir. Kompulsif bireylerde alışveriş öncesi depresyon ve mutsuzluk durumu düşük iken alışveriş sonrasında yükselmiştir. Normal bireylerde ise istatistiksel açıdan bir değişiklik söz konusu olmamıştır.
- ❖ **1996 - Hassay & Smith:** Bir grup normal tüketim alışkanlığı olduğunu savunan birey üzerinden gerçekleştirilen boylamsal araştırmada, bireylere dürtüsel satın alma ve kompulsif satın alma arasındaki farklar öğretilmiştir. Araştırmanın amacı ise normal insanların kompulsif satın alma eğilimindeki sebepleri incelemektir. Boylamsal olmasının diğer bir sebebi ise normal bireylerin her zaman kompulsif satın almaya meyletmeme durumlarından kaynaklanmaktadır. Sonuç olarak firmalar tarafından iletişim kanalları aracılığı ile uyarılan bireyler dürtüsel hareket ederken, içsel duygu durumları tetiklenen bireylerin ise kompulsif hareket ettikleri gözlemlenmiştir.
- ❖ **1998 - Frost vd:** Kompulsif satın alma ve kompulsif satın almada istifleme arasındaki farkı inceleyen araştırmada öncelikle iki grup arasındaki temel farklar ortaya koyulmaktadır. Araştırmanın ikinci amacı ise belirlenen iki gruptan hangisinin tasarrufa daha meyilli olduğunu belirlemektir. Buna göre ilk amaca yönelik araştırma bulgularında istifleme davranışına sahip kompulsif satın alanların aynı zamanda obsesif-kompulsif

bozukluk, depresyon, anksiyete gibi çeşitli yan rahatsızlıkları olduğu görülmektedir. Normal kompulsif satın alanların ise sadece durumsal değişkenler ile hareket ettiği gözlemlenmiştir. Öte yandan kompulsif satın almada istifleme davranışı sergileyenlerin tasarrufa bakış açısının, normal kompulsif satın alma davranışı sergileyen bireylerden daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

- ❖ **1998 - Roberts:** Kompulsif satın alma davranışının gelirden bağımsız olan gençlerde de gözlemlenebileceğini belirten çalışmada bir grup üniversite öğrencisi üzerinde araştırma yapılarak kompulsif satın alma davranışına yönelik öncülleri ve çıktıları belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre algılanan sosyal statü, aşırı hayal gücü, TV bağımlılığı ve kredi kartı kullanımı gibi sosyolojik etkenlerin kompulsif satın alma davranışına etki ettiği gözlemlenmiştir.
- ❖ **1999 - Mowen & Spears:** Kompulsif satın alma davranışının kişilik ile olan ilişkisinin açıklanabilmesi için beş faktörlü kişilik ölçeği üniversite öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Sonuç olarak sorumluluk ve duygusal denge kompulsif satın almayı negatif yönde etkilerken açıklık, dışa dönüklük ve uyumluluğun pozitif etkilediği görülmektedir.
- ❖ **1999 - Roberts & Sepulveda:** Parasal tutumun bireylerdeki davranışı şekillendirdiğini belirten çalışmada, kompulsif satın alma davranışı ile parasal tutum arasındaki ilişki incelenmiştir. Sonuç olarak parasal tutumda tasarrufa odaklı olan bireylerin kompulsif satın alma davranışları parasal tutum ile zıt yönde hareket ederken parasal anksiyete ile kompulsif satın alma davranışı aynı yönde hareket ettiği gözlemlenmiştir.
- ❖ **2000 - Lee, Lennon, & Rudd:** Televizyon aracılığı ile gerçekleştirilen satışlarda tüketimi gerçekleştiren kitlenin kompulsif satın alma durumları incelenmiştir. Araştırmanın bulgularına göre hem televizyon aracılığı ile satın alma gerçekleştiren hem de yeme bozukluğuna sahip bireylerin kompulsif satın alma eğilimlerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Aynı zamanda yaş değişkeni kontrol olarak kullanıldığında 50 yaş ve üzeri bireylerdeki kompulsif satın alma eğiliminin 50 yaşın altında olan bireylere oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2002 - Kwak, Zinkhan, & DeLorme:** Birleşmiş Milletler ve Güney Kore'de yaşayan, televizyon programları ve reklamlarına maruz kalan bireylerde kompulsif satın alma eğilimlerinin reklama yönelik tutumlarına etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak Güney Kore'de yaşayan bireylerin kompulsif satın alma eğilimleri televizyon programları ve reklamlardan bağımsız bir şekilde tutumlarını negatif yönde etkilerken, Birleşmiş

Milletler’de yaşayan bireylerde televizyon reklamları ve programları, kompulsif eğilimlerinin reklama yönelik tutumlarında etkili olduğu görülmüştür.

- ❖ **2003 - Miltenberger vd:** Kompulsif satın alan bireylerde satın alma öncesi ve sonrası duygu durumlarının kıyaslanması araştırılmıştır. Sonuç olarak durumlarını kendilerinin değerlendirmesi istenen bireylerde, davranış öncesi genel istek ile mutlu olma hali, davranış sonrası pişmanlığa veya mutsuzluğa dönüştüğü gözlemlenmiştir. Öte yandan olumsuz duygu durum halinde olan bireylerin satın alma davranışı sonrasında geçici rahatlama hissi yaşadıkları belirlenmiştir.
- ❖ **2003 - Shoham & Brenčić:** Kompulsif satın alma davranışında etkili olan faktörlerin anlaşılması için plansız satın alma teorisinden yola çıkılarak, kompulsif satın alma eğilimine plansız satın almanın etkisi ve alışveriş listesi dışına çıkmanın kompulsif satın almaya etkisinde cinsiyet rolünün etkisi incelenmiştir. Buna göre öncelikle plansız satın alma davranışı ve alışveriş listesinin dışında alışveriş yapma eğiliminin kompulsif satın almaya etkisi gözlemlenmiştir. Öte yandan etki durumu cinsiyete göre kıyaslandığında kadınların kompulsif satın alma eğilimi istatistiksel açıdan anlamlı ve daha yüksek ortalama sahip olduğu incelenmiştir.
- ❖ **2005 - Dittmar:** Kompulsif satın alma davranışına materyalizmin etki ettiği belirlenen önceki çalışmalarda etki durumunun demografik faktörlere bağlı olarak nasıl değişeceği incelenmiştir. Sonuç olarak materyalizmin kompulsif satın almaya etkisinde kontrol değişkeni olarak kullanılan eğitim durumu, meslek durumu, kişisel gelir, kredi kartı sayısı ve cinsiyet değişkenleri incelendiğinde sadece cinsiyete göre anlamlı farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- ❖ **2005 - Park & Burns:** Moda odaklı olan insanların kompulsif satın alma davranışlarının incelendiği araştırmada kredi kartı kullanma durumlarına göre değişiklik olup olmadığı incelenmiştir. Moda odağı yüksek bireylerde yüksek kompulsif eğilim görülürken, kredi kartı kullanma durumlarına bağlı olarak moda odağının kompulsif satın alma davranışına etkisinin arttığı gözlemlenmiştir.
- ❖ **2008 - Ridgway, Kukar-Kinney, & Monroe:** Çalışmada çeşitli araştırmalar incelenerek obsesif-kompulsif spektrumunun normal insanlar içinde geçerli olabilecek kompulsif tüketime odaklı ölçek geliştirmesi gerçekleştirilmiştir. Buna göre plansız satın alma davranışını temel alarak ilerleyen araştırma kapsamlı literatür taraması sonrası kompulsif ve dürtüsel tüketime yönelik tüm değişkenlerin ortak yönlerini ele alacak şekilde elimine

işlemi gerçekleştirilmiştir. En çok tekrar eden faktörler üzerinden iki boyutlu bir kompulsif satın alma ölçeği geliştirilmiştir. Ölçeğin ilk boyutu dürtüsel satın almada kompulsif satın almaya etki eden anlık harekete yönelik 3 ifadeden oluşmakta, ikinci faktörü ise kompulsif satın almanın üç yönü olan biriktirme, tekrar ve aşırı satın almaya yönelik üç ifadeden oluşmaktadır.

- ❖ **2010 - Akagün Ergin:** Türkiye’de yaşayan insanların kompulsif satın alma durumları incelenmiştir. Buna göre bireylerinin anksiyete durumlarının kompulsif satın alma davranışları üzerinde etkili olduğu gözlemlenirken, cinsiyet olarak kadınların daha fazla kompulsif satın alma gerçekleştirdikleri istatistiksel açıdan anlamlı olarak desteklenmiştir.
- ❖ **2011 - Palan, Morrow, Trapp, & Blackburn:** Üniversite öğrencilerin kompulsif satın alma davranışına benlik saygısı, güç-prestij ve risk alma durumlarının etkisi üzerinde kredi kartının yanlış kullanmalarının aracı etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak kredi kartı faktöründen bağımsız olarak risk alma ve benlik saygısı kompulsif tüketimi negatif etkilerken, güç-prestij faktörünün ise pozitif etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Kredi kartının yanlış kullanımına bağlı olarak değerlendirildiğinde ise benlik saygısı ve risk alma durumu etkileri üzerinde aracı etki gözlemlenmemiş, güç-prestij kaygısı üzerindeki etkide ise aracı etkinin olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2012 - Eren, Eroğlu, & Hacıoğlu:** Türkiye’de yaşayan üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen araştırmada hedonik ve materyalistik değerlerin kompulsif satın alma eğilimine etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak iki faktörün kompulsif satın almaya etkisi olduğu görülürken, materyalistik değerlerin daha fazla etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.
- ❖ **2012 - Roberts & Roberts:** Yetişkin olmayan bireylerin hayatlarında streten kaynaklı olarak kompulsif satın alma durumları cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. Buna göre yetişkin olmayan bireylerde strese bağlı olarak kompulsif satın alma davranışının artışı gözlemlenirken, öte yandan gözlemlenen artışın yetişkin olmayan kadınlarda yetişkin olmayan erkeklere oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2013 - Horváth, Adıgüzel, & van Herk:** Gelişmekte olan (Rusya ve Türkiye) ve gelişmiş (İspanya ve Hollanda) arasında kompulsif satın alma davranışına yönelik farklılıklar incelenmiştir. Gelişmiş ülkelerdeki kompulsif satın alma davranışı ve öncüllerinin ortalamalarının gelişmekte olan ülkelere kıyasla istatistiksel açıdan yüksek ancak anlamlı olmayan bir fark barındırdığı bulgusuna ulaşılmıştır. Araştırmacılar bunun belirgin sebebinin ülkenin değil kültürün daha etkili olabileceği şeklinde yorumlamışlardır.

- ❖ **2013 - Khare:** Hindistan’da gerçekleştirilen araştırmada genel popülasiyona uygulanan kompulsif satın alma davranışı ölçeği üzerinden kredi kartı kullanma durumu ile ilişkisi incelenmiştir. Bulgularda tüketicilerin kredi kartı kullanma durumlarının kompulsif satın alma davranışlarına etkisi gözlemlenmemiştir. Öte yandan 40 yaş üzeri veya kadın tüketicilerin kompulsif satın almaya daha meyilli olduğu incelenmiştir.
- ❖ **2013 - Okutan, Bora, & Altunışık:** Tüketicilerin keşifsel satın alma eğilimlerinin plansız, kompulsif ve hedonik satın alma davranışları ile olan ilişkisi Türkiye’de yaşayan bireyler üzerinde incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, keşifsel satın alma eğilimleri plansız, kompulsif ve hedonik satın alma davranışları ile kıyaslandığında, 3 faktörde de tüketicilerin keşifsel satın alma eğilimlerinden keşfedici/yenilikçi boyutunun risk almayan/geleneksel boyuta kıyasla daha yüksek ortalamalara sahip olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2015 - Arslan:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmada tüketicilerin kredi kartı kullanma durumlarının kompulsif satın alma davranışına etkisi ve demografik değişkenlere göre kompulsif satın alma davranışındaki farklılıklar incelenmiştir. Sonuç olarak tüketicilerin kredi kartı kullanma durumlarının kompulsif satın alma davranışlarını etkilediği gözlemlenmiştir. Demografik değişkenlere göre farklılıklar incelendiğinde ise cinsiyet ve yaş değişkenlerinde fark gözlemlenmezken, gelir ve eğitim durumları gruplarında farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2015 - Yüksel & Eroğlu:** Tüketim kültürü bağlamında giyim sektörüne yönelik Türkiye’deki tüketiciler üzerine gerçekleştirilen araştırmada materyalizm, benlik saygısı ve zihinsel bozukluklar gibi kişisel faktörler ve reklama yönelik tutumun kompulsif satın alma eğilimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Belirlenen değişkenlerin kompulsif satın alma eğilimine etkisi incelendiğinde, benlik saygısını negatif yönde etkilediği, zihinsel bozukluklar, materyalizm ve reklama yönelik tutumun kompulsif satın alma eğilimini pozitif yönde etkilediği gözlemlenmiştir.
- ❖ **2016 - Korur & Kimzan:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmada kompulsif satın alma eğiliminin alışveriş sonrası pişmanlığa etkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanmanın ara değişken olarak rolü incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre kompulsif satın alma eğiliminin alışveriş sonrası pişmanlığa etkisi olduğu gözlemlenirken, kontrolsüz kredi kartı kullanma durumunun var olan etkisi arttırdığı gözlemlenmiştir. Sonuç olarak araştırmada elde edilen bu bulgu, kompulsif satın almanın bireydeki kontrol kaybı ile ilişkili olduğu görüşü ile desteklenmiştir.

- ❖ **2016 - Kukar-Kinney, Scheinbaum, & Schaefers:** Çevrimiçi günlük fırsatların sunulduğu bir web sayfasına yönelik, kompulsif satın alma davranışının indirim, zaman kısıtı, kupon vb. günlük bağlamsal öğelere olan tepkisinde alışveriş motivasyonlarından hazcı davranış, faydacı davranış, sosyal etki, sosyal karşılaştırma unsurlarının aracı olarak kompulsifliğin etkisini arttıracak birer faktör olma durumu incelenmiştir. Sonuç olarak kompulsif satın alma davranışında etkinin en yüksek olarak gözlemlendiği zaman baskısına yönelik kısıt ve kalan ürün sayısı değişkenlerinde tüketicilerin hazcılığı ile aşırı tüketime odaklı bir kompulsif davranışın söz konusu olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2017 - Aslanoğlu & Korga:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırma kredi kartı kullanımının kompulsif satın alma davranışına etkisi ve demografik değişkenler bazında farklılıklar incelenerek genel bir kompulsif tüketici profili oluşturmaya odaklanmıştır. Buna göre kredi kartı kullanım durumunun kompulsif satın alma davranışına doğrudan etkisi olduğu gözlemlenirken öte yandan genel kompulsif tüketici profili incelendiğinde ise demografik değişkenlerden cinsiyete göre kadın, medeni duruma göre bekar olanların kompulsif davranışlarının istatistiksel açıdan diğer gruplara oranla daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2017 - Kaderli, Armağan, & Küçükkambak:** Türkiye’deki Y kuşağına yönelik gerçekleştirilen araştırmada kompulsif satın alma davranışına paraya yönelik tutum, kredi kartına yönelik tutum ve materyalizmin etkisi incelenmiştir. Bulgulara göre kredi kartına yönelik tutum ve materyalizmin kompulsif satın alma davranışını etkilediği gözlemlenirken, paraya yönelik tutumun kompulsif satın alma davranışına etkisi gözlemlenmemiştir.
- ❖ **2018 - He, Kukar-Kinney, & Ridgway:** Kompulsif satın alma davranışını ölçmeye yönelik geliştirilen Richmond Ölçeğine yönelik tüketicileri tanımlama durumları için (çevrimiçi kompulsif tüketiciler, günlük kompulsif tüketiciler, her zaman alışveriş yapan tüketiciler vb.) uyarlama çalışmaları yapılarak modifiye edilen ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik durumları incelenmiştir. Sonuç olarak Richmond ölçeğinin genel kompulsif tüketicilere yönelik geliştirilmiş olmasından kaynaklı esnetilmesi ve uyarlanması durumunda geçerlilik ve güvenilirlik açısından herhangi bir problem olmadığı gözlemlenmiştir.
- ❖ **2018 - Horváth & Adıgüzel:** Hazcı tüketim motivasyonlarının kompulsif satın alma davranışını etkileme durumunda gelişmiş (Hollanda ve Almanya) ve gelişmekte olan (Türkiye ve Rusya) ülkeler arasında karşılaştırmalı bir araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırma bulgularına göre hazcı tüketim motivasyonlarının kompulsif satın alma davranışını doğrudan etkilediği gözlemlenmiş olup gelişmiş ülkelerde hazcı tüketim motivasyonlarından fikir alışverişi, rol oynama ve tatmin arayışı kompulsif satın almayı etkilerken, gelişmekte olan ülkelerde ise baskın etkinin macera arayışı değişkeninde olduğu gözlemlenmiştir.

- ❖ **2018 - Moon & Attiq:** Gelişmekte olan ülkeler için kompulsif satın alma davranışının öncülleri ve çıktıkları incelenmiştir. Sonuç olarak kompulsif satın alma davranışı ile doğrudan ilişkilendirilen değişkenlerin depresyon, anksiyete, stres, benlik saygısı, materyalizm, olumsuz duygu durumları olduğu gözlemlenmiştir. Öte yandan kompulsif satın alma davranışı sonrası çıktılar ise olumlu duygu durumları ve gizleme davranışı olduğu belirlenmiştir.
- ❖ **2018 - Özer & Yıldırım Kutbay:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmada kompulsif satın alma davranışına etki eden ve davranışın etki ettiği değişkenlerin uluslararası literatür ile örtüşme durumu incelenmiştir. Buna göre materyalizm, hedonik tüketim, statü tüketimi kompulsif satın alma davranışını olumlu yönde etkilerken, bütçeleme davranışı ve benlik saygısının kompulsif satın alma davranışını olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Ayrıca kompulsif satın alma davranışının mevcut finansal duruma etkisi olduğu gözlemlenirken gelecekteki finansal duruma etkisi olduğu gözlemlenmemiştir. Sonuç olarak elde edilen bulgular uluslararası literatür ile kıyaslandığında araştırma bulgularının kısıtlı bir şekilde farklılıklar gösterdiği gözlemlenmiştir.
- ❖ **2018 - Yüce & Kerse:** Beş faktörlü kişilik ölçeğinin kompulsif satın alma davranışına etkisinin incelendiği araştırma Türkiye’de gerçekleştirilmiş olup kişiliğin hangi boyutlarının kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu araştırılmıştır. Sonuç olarak kişiliğin sorumluluk ve duygusal denge boyutlarının kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkisi olduğu gözlemlenirken dışa dönüklük, uyumluluk ve açıklığın etkisi gözlemlenmemiştir.
- ❖ **2019 - Japutra, Ekinci, & Simkin:** Gerçek ve ideal benlik uyumunun kompulsif satın alma davranışına etkisi ve belirlenen etkide marka bağlılığının aracı rolü incelenmiştir. Gerçek ve ideal benlik uyumunun kompulsif satın alma davranışına doğrudan etkisinin gözlemlenmediği araştırmada marka bağlılığı aracı değişken olarak incelendiğinde benlik uyumlarının kompulsif satın alma davranışına etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Sonuç olarak benlik uyumlarının marka bağımlılığı üzerinden kompulsif satın alma davranışını etkiliyor olması benlik uyumlarının kısmi aracılık etkisini oluşturduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

- ❖ **2019 - Karahan & Söylemez:** Türkiye'deki yetişkin bireylere yönelik gerçekleştirilen araştırmada materyalizm, akran etkisi ve benlik saygısının kompulsif satın alma davranışına etkisi ve kompulsif satın alma davranışı sonrası pişmanlık durumu incelenmiştir. Sonuç olarak materyalizm ve akran etkisi olumlu yönde kompulsif satın alma davranışını etkilerken, benlik saygısı olumsuz yönde ancak istatistiksel açıdan anlamlı etkisi olduğu gözlemlenmemiştir. Öte yandan kompulsif satın alma davranışı ile satın alma sonrası pişmanlık arasında doğrusal bir olumlu etkinin olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2019 - Tokgöz:** Hedonik ve faydacı tüketim durumlarının kompulsif ve dürtüsel satın alma davranışı üzerindeki etkilerinin incelendiği araştırmada gözlemlenen değişkenler ile yol analizi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak hedonik tüketim kompulsif ve dürtüsel satın alma davranışını olumlu yönde etkilerken, faydacı tüketimin kompulsif ve dürtüsel satın alma davranışını olumsuz yönde etkilediği bulgularına ulaşılmış olup yol analizi değerlerine bağlı olarak kurulan modelin de anlamlı olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.
- ❖ **2020 - Danacı:** Kısıtlı bir süre aralığında ve çeşitli kategorilerdeki periyodik indirimlerin olduğu “aktüel ürünlere” tüketicileri üzerinde materyalizm ve hedonik tüketimin kompulsif satın alma eğilimine etkisi incelenmiştir. Sonuç olarak materyalist eğilimler ve hedonik tüketimin kompulsif satın alma davranışına doğrudan etkisi olduğu gözlemlenmiştir.
- ❖ **2020 - Deniz:** Mobil kanalların kullanımının yaygınlaşması üzerine çevrimiçi alışveriş yapan genç nüfusun kompulsif satın alma davranışında etkili olan faktörler incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre benlik saygısı, yaşam doyumu ve problemler cep telefonu kullanımı değişkenlerinin çevrimiçi kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- ❖ **2020 - Karaboğa & Eroğlu Pektaş:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmada faktör analizi sonrası kompulsif satın alma davranışına yönelik elde edilen değişkenlerin kuşaklar arasında farklılıklar gösterme durumları incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre kompulsif satın alma davranışı harcama eğilimi, alışveriş sonrası suçluluk, işlevsel olmayan harcamalar, harcama zorunluluğu, haz ve eğlence odaklı harcama olarak 5 faktör olarak gözlemlenmiştir. Belirlenen faktörlerin ortalamaları x ve y kuşaklarına göre farklılık gösterme durumları incelendiğinde ise alışveriş sonrası suçluluk ile haz ve eğlence odaklı harcama ortalamalarında kuşaklar arasında bir farklılık belirlenmemiştir. Öte yandan harcama eğilimi, işlevsel olmayan harcamalar ve harcama zorunluluğuna yönelik ortalamalarda y kuşağına ait ortalamaların istatistiksel olarak x kuşağından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

- ❖ **2020 - Yiğit & Yiğit:** Kompulsif satın alma davranışının y ve z kuşaklarında cinsiyet göre farklılık gösterme durumları incelenmiştir. Sonuç olarak y kuşağındaki bireylerin kompulsif satın alma davranışı ortalamalarında cinsiyet bazında farklılıkları incelendiğinde kadınların erkeklere oranla istatistiksel açıdan daha yüksek ortalamaya sahip olduğu gözlemlenmiştir. Öte yandan z kuşağında ise cinsiyet gruplarında kompulsif satın alma davranışına yönelik ortalamaların birbirine yakın olduğu ve istatistiksel açıdan farklılaşmadığı gözlemlenmiştir.
- ❖ **2021 - Tarka & Harnish:** Kişisel değerler teorisine yönelik geliştirilen modele ait değişkenler ile kompulsif satın alma davranışı arasında ilişki kurmayı amaçlayan araştırmada kişisel değerlerden hangilerinin kompulsif satın almayı etkilediğini belirlemek açısından gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre kişisel değerlerden kişisel gelişim ve değişime açık olma değişkenleri doğrudan kompulsif tüketiciler ile ilişkilendirilirken, kendini aşma ve koruma değişkenleri kompulsif olmayan tüketiciler ile ilişkilendirilmiştir.
- ❖ **2021 - Tekin, Öztürk, & Selek:** Türkiye’de gerçekleştirilen araştırmada belirli bir il bazı olmadan genel popülasyona yönelik gerçekleştirilmiş olup ürün temelli yenilikçiliğin kompulsif ve plansız satın alma davranışına etkisi incelenmektedir. Öte yandan araştırmanın ikincil amacında ise belirlenen değişkenlerin cinsiyete göre farklılıkları incelenmiştir. Sonuç olarak ürün temelli yenilikçiliğin hem plansız satın alma davranışına hem de kompulsif satın alma davranışına olumlu yönde etkisi olduğu gözlemlenmiştir. İkincil amaca yönelik bulgularda ise cinsiyet grupları baz alındığında ürün temelli yenilikçilik, plansız satın alma davranışı ve kompulsif satın alma davranışı ortalamalarında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir.

2.3. Çalışmalarda İlişkilendirilen Bazı Değişkenler

Tüketici davranışları perspektifinde kompulsif satın alma davranışına yönelik gerçekleştirilen kapsamlı literatür taramasında elde edilen bilimsel makaleler incelenmesi sonrası gerçekleştirilen çalışmaların bulgularının birçok noktada örtüştüğü görülmektedir. Buna göre elde edilen kaynakların “teorik” ve “uygulamalı” çalışmalar şeklinde ikiye ayrıştırılması sonrasında teorik ve uygulamalı araştırmalardaki örtüşmeler incelenmiştir. Örtüşme durumlarına göre çalışmalarda tekrar eden ve tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışı ile ilişkilendirilen değişkenler belirlenmiştir. Sonuç olarak Tablo 1’de ilişkili değişkenler teorik ve uygulamalı araştırmalar kapsamında özetlenmektedir. Sunulan tabloda

teorik çalışmalardaki ilişkili değişkenler pozitif negatif ayrımı yapılmaksızın verilmiş olup uygulamalı araştırmalardan elde edilen değişkenler de ise ayırım yapılarak sunulmuştur.

Tablo 1. Tüketici Davranışları Açısından Teorik ve Uygulamalı Çalışmalarda Kompulsif Satın Alma Davranışı ile İlişkilendirilen Bazı Değişkenler

Teorik Çalışmalar	Problemlili Aile ve Akran İletişimi Anksiyete Aşırı Harcama Eğilimi Benlik Saygısı Demografik Unsurlar (Yaş – Cinsiyet - Gelir) Depresyon Duygu Durum Bozukluğu Dürtüsellik İstifleme Davranışı Kişilik Kontrol Mekanizması Eksikliği Kültür Madde Kullanımı Materyalizm Obsesif-Kompulsif Bozukluk Obsesyon Problemlili Kredi Kartı Kullanımı Sosyal İzolasyon Stres Tekrarlı Satın Alma Yeme Bozuklukları	Anksiyete Aşırı Hayal Gücü Bağımlılıklar Dürtüsellik Güç-Prestij Hazcılık Heyecan Arama İdeal ve Gerçek Benlik Uyumları İndirimler Kişilik (Açıklık - Dışa Dönüklük - Uyumluluk) Kişisel Değerler (Kişisel Gelişim - Değişime Açık Olma) Kontrol Kaybı Kredi Kartı Kullanma Sıklığı Marka Bağımlılığı Materyalizm Moda Odaklılık Obsesyon Olumsuz Duygu Durumları Plansız/Dürtüsel Satın Alma Problemlili Çocukluk Problemlili Telefon Kullanımı Reklama Yönelik Tutum Sosyal Yalnızlık Statü Tüketimi Stres TV İzleme Sıklığı Ürün Temelli Yenilikçilik Zaman Baskısı	Pozitif İlişkili Değişkenler	Uygulamalı Çalışmalar
		Ailenin Bilinçli Yetiştirilmesi Benlik Saygısı Faydacılık Finansal Tasarruf Kişilik (Sorumluluk - Duygusal Denge) Kişisel Değerler (Kendini Aşma - Koruma) Risk Alma Yaşam Doyumu	Negatif İlişkili Değişkenler	

Yukarıda verilen tabloya göre çalışmalardan elde edilen değişkenler incelendiğinde teorik çalışmaların değişkenlerinden kompulsif satın alma davranışı ile ilişkilendirilen, en çok çalışılan ve öncülü olarak görülen değişken dürtüsellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Lejoyeux & Weinstein, 2010; Workman, 2010; DeSarbo & Edwards, 1996). Bu durum aynı zamanda uygulamalı araştırmalarda dürtüsellığe bağlı olarak plansız ve dürtüsel satın alma

davranışı olarak teorik araştırma bulguları ile örtüşmektedir (Gupta, 2013; O'guinn & Faber, 1989; Ridgway vd., 2008; Shoham & Brenčić, 2003).

Teorik araştırma bulgularında ilişkilendirilen demografik değişkenler genel olarak yaş, cinsiyet ve gelir olarak sıralanmıştır. Bu durum uygulamalı araştırmalarda incelendiğinde ise değişkenlerin kompulsif satın alma davranışı ile ilişkileri sayısal olarak birebir aynı sonucu vermemesi rağmen genel bir benzeşmenin söz konusu olduğu görülmektedir. Buna göre uygulamalı çalışmalarda genel olarak cinsiyet değişkeni gruplarından kadınların erkeklere oranla daha yüksek bir kompulsif satın alma davranışı ortalamasına sahip olduğu görülmektedir (Shoham & Brenčić, 2003; Dittmar, 2005; Akagün Ergin, 2010; Roberts & Roberts, 2012). Yaş değişkeninin uygulamalı araştırmadaki bulguları incelendiğinde ise genel olarak orta yaş üzeri grupta kompulsif satın alma davranışı ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir (Lee vd., 2000; Khare, 2013). Son olarak gelir değişkeni incelendiğinde ise uygulamalı çalışmalarda en yüksek gelir grubunda olan tüketicilerin diğer gruplara oranla daha yüksek kompulsif ortalamaya sahip olduğu gözlemlenmektedir (Dittmar, 2005; Arslan, 2015).

Teorik ve uygulamalı çalışmalarda ilişkilendirilen ve genel olarak birçok çalışmaya konu olan benlik saygısı değişkeni ise tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışı ile birlikte incelendiğinde çalışmalarda ortak olarak negatif bir ilişki olduğu gözlemlenmektedir (Valance vd., 1988; Faber & O'Guinn, 1989; O'guinn & Faber, 1989; d'Astous, 1990). Öte yandan benlik saygısı kadar yaygın kullanılmakta olan materyalizm değişkeni ise tüketici davranışları perspektifinde kompulsif satın almayı arttırdığı gözlemlenmiştir (Workman, 2010; DeSarbo & Edwards, 1996; Yüksel & Eroğlu, 2015; Moon & Attiq, 2018).

Son olarak psikoloji alanında kompulsif satın alma davranışını etkileyen ve öncülleri olarak görülen obsesyon ve anksiyete değişkenleri ise tüketici davranışları perspektifinde farklı biçimlerde incelenmiştir. Obsesyon değişkeni psikoloji alanında birçok yönü inceleniyorken tüketici davranışları alanında ise genel düzeyi incelenmektedir (DeSarbo & Edwards, 1996; Gupta, 2013). Anksiyete değişkeninde ise biyolojik ve zihinsel anksiyete durumlarından ziyade tüketici davranışları perspektifinde genel olarak sosyal veya genel bir anksiyete durumu incelenmektedir (Weinstein vd., 2016; Frost vd., 1998; Roberts & Sepulveda, 1999). Sonuç olarak diğer alanlarda olduğu gibi tüketici davranışlarında da obsesyon ve anksiyete kompulsif satın alma davranışı üzerinde etkili olduğu görülmektedir (Gupta, 2013; Müller vd., 2015; Moon & Attiq, 2018).

3. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kompulsif satın alma davranışının tüketici davranışları perspektifinde incelendiği araştırmada literatürdeki çeşitli bilimsel makaleler incelenmiş ve sınıflandırılmıştır. Buna göre gerçekleştirilen araştırmada sadece bilimsel makalelerin bulunuyor olması araştırmanın en büyük kısıtı olarak görülmektedir. Ek olarak bilimsel makalelerin toplanması sırasında sınırlı sayıda arama motoru üzerinden ve atıf olarak yüksek sıralamalarda olan araştırmalar odaklanması ise araştırmanın diğer kısıtları olarak görülmektedir.

Yukarıda verilen araştırma kısıtlarına bağlı olarak tüketici davranışları perspektifinden kompulsif satın alma davranışı incelendiğinde konuya yönelik bazı eksiklikler göz önüne çıkmaktadır. Buna göre bu eksikliklerden ilki konuya yönelik teorik araştırmaların eksikliğidir. Öte yandan kompulsif satın alma davranışı konusu ile birlikte çalışılan değişkenler incelendiğinde ise konunun genel olarak obsesyon, anksiyete, materyalizm, benlik saygısı, dürtüsellik ve demografik değişkenler gibi belli başlı değişkenler ile çalışıldığı görülmektedir. Bu açıdan konunun spesifik değişkenlerinin çevresinde dönmesi genel çeşitliliği azaltarak konuya tüketici davranışları açısından pek bir derinlik katmadığı düşünülmektedir. Öte yandan tüketici davranışlarında önemli bir yere sahip olan ve tüketici davranışlarını şekillendiren temel değişkenler arasında olan kültür faktörü ise kompulsif satın alma davranışları açısından yeterli olarak çalışılmadığı literatür taramasında görülmektedir. Tüketici davranışlarını şekillendiren diğer bir değişken olan ve tüketicilerin satın alma durumlarını doğrudan etkileyebilen finansal faktör ise literatürde gerçekleştirilen çalışmalarda kompulsif satın alma davranışı açısından yeterli düzeyde çalışılmadığını belirtilmektedir. Son olarak kompulsif satın alma davranışının tedavi edilmesi veya gerilemesi için psikiyatri ve psikoloji alanında birçok yöntem açıklanırken gerçekleştirilen literatür taramasında tüketici davranışları perspektifinden bakıldığında herhangi bir yonteme denk gelinmemiştir.

Kompulsif satın alma davranışının tüketici davranışları perspektifinden incelendiği bu araştırmanın akademik ve gelecek araştırmalar katkıları düşünüldüğünde araştırmanın literatürü derlemesi açısından birçok kaynağın bir arada verilmiş olması ve yeni perspektiflere yönlendirmesi akademik katkıları olarak düşünülmektedir. Öte yandan araştırmanın sunmuş olduğu tüketici davranışları açısından kompulsif satın alma davranışı ile birlikte çalışılan bazı değişkenlerin özetlendiği tablo ve yukarıda bahsedilen çeşitli eksiklikler gelecek araştırmalara için konunun derinleşmesi ve farklı açılardan çalışılabilmesi açısından katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akagün Ergin, E. (2010). Compulsive buying behavior tendencies: The case of Turkish consumers. *African journal of business management*, 4:3, 333-338.
- Arslan, B. (2015). Kredi Kartı Kullanımının Kompulsif Satın Almaya Etkisi. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 6:20, 27-40.
- Aslanoğlu, S., & Korga, S. (2017). Kredi kartı kullanımı ve kompulsif satın alma: Kırıkkale ilinde bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9:1, 148-165.
- Black, D. W. (2011). Epidemiology and phenomenology of compulsive buying disorder. J. E. Grant, & M. N. Potenza içinde, *Oxford handbook of impulse control disorders* (s. 196-206). Oxford University Press.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R., & Gabel, J. (1998). Family history and psychiatric comorbidity in persons with compulsive buying: preliminary findings. *American Journal of Psychiatry*, 155:7, 960-963.
- Danacı, E. S. (2020). Kompulsif Satın Alma Eğiliminde Materyalizm ve Hedonik Tüketimin Rolü: Aktüel Ürünler Satın Alan Kadın Tüketiciler Üzerinde Bir Araştırma. *Business and Economics Research Journal*, 11:4, 1069-1081.
- d'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of “normal” consumers. *Journal of consumer policy*, 13:1, 15-31.
- d'Astous, A., Maltais, J., & Roberge, C. (1990). Compulsive buying tendencies of adolescent consumers. *ACR North American Advances*, 17, 306-312.
- Deniz, E. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Çevrimiçi Kompulsif Satın Alma Davranışına Etki Eden Faktörlerin Yapısal Eşitlik Modeliyle İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 40, 209-226.
- DeSarbo, W. S., & Edwards, E. A. (1996). Typologies of compulsive buying behavior: A constrained clusterwise regression approach. *Journal of consumer psychology*, 5:3, 231-262.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying—a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British journal of psychology*, 96:4, 467-491.
- Edwards, E. A. (1993). Development of a new scale for measuring compulsive buying behavior. *Financial counseling and planning*, 4:1, 67-84.
- Eren, S. S., Eroğlu, F., & Hacıoğlu, G. (2012). Compulsive buying tendencies through materialistic and hedonic values among college students in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1370-1377.
- Faber, R. J. (1992). Money changes everything: Compulsive buying from a biopsychosocial perspective. *American Behavioral Scientist*, 35:6, 809-819.

- Faber, R. J. (2011). Compulsive Buying. A. Müller, & J. E. Mitchell içinde, *Compulsive Buying: Clinical Foundations and Treatment* (s. 3-17). NY: Routledge Taylor & Francis Group.
- Faber, R. J., & Christenson, G. A. (1996). In the mood to buy: Differences in the mood states experienced by compulsive buyers and other consumers. *Psychology & Marketing*, 13:8, 803-819.
- Faber, R. J., & O'Guinn, T. C. (1989). Classifying compulsive consumers: Advances in the development of a diagnostic tool. *ACR North American Advances*, 16, 738-744.
- Frost, R. O., Kim, H. J., Morris, C., Bloss, C., Murray-Close, M., & Steketee, G. (1998). Hoarding, compulsive buying and reasons for saving. *Behaviour Research and Therapy*, 36:7-8, 657-664.
- Gupta, S. (2013). A literature review of compulsive buying—a marketing perspective. *Journal of Applied Business and Economics*, 14:1, 43-48.
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13:1, 5-18.
- Hassay, D. N., & Smith, M. C. (1996). Compulsive buying: An examination of the consumption motive. *Psychology & Marketing*, 13:8, 741-752.
- He, H., Kukar-Kinney, M., & Ridgway, N. M. (2018). Compulsive buying in China: Measurement, prevalence, and online drivers. *Journal of Business Research*, 91, 28-39.
- Hollander, E., & Allen, A. (2006). Is compulsive buying a real disorder, and is it really compulsive? *Am Psychiatric Association*, 1670-1672.
- Horváth, C., & Adıgüzel, F. (2018). Shopping enjoyment to the extreme: Hedonic shopping motivations and compulsive buying in developed and emerging markets. *Journal of Business Research*, 86, 300-310.
- Horváth, C., Adıgüzel, F., & van Herk, H. (2013). Cultural aspects of compulsive buying in emerging and developed economies: A cross cultural study in compulsive buying. In book: *Organizations & Markets in Emerging Economies*, 8-24.
- Japutra, A., Ekinci, Y., & Simkin, L. (2019). Self-congruence, brand attachment and compulsive buying. *Journal of Business Research*, 99, 456-463.
- Kaderli, Y., Armağan, E. A., & Küçükkambak, S. E. (2017). Y kuşağının kompulsif satın alma davranışına etki eden faktörler üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46:2, 188-210.
- Karaboğa, K., & Eroğlu Pektaş, G. Ö. (2020). Kompulsif satın alma davranış düzey ve biçimlerinin belirlenmesi üzerine kuşaklar arası deneyimsel bir araştırma. *Third Sector Social Economic Review*, 55:1, 155-172.
- Karahan, M. O., & Söylemez, C. (2019). Tüketicilerin kompulsif satın alma davranışını etkileyen faktörler: Bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11:3, 1961-1975.

- Khare, A. (2013). Credit card use and compulsive buying behavior. *Journal of Global Marketing*, 26:1, 28-40.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D., & Serpe, R. T. (2006). Estimated prevalence of compulsive buying behavior in the United States. *American Journal of Psychiatry*, 163:10, 1806-1812.
- Korur, M. G., & Kimzan, H. S. (2016). Kompulsif satın alma eğilimi ve alışveriş sonrası pişmanlık ilişkisinde kontrolsüz kredi kartı kullanımının rolü: avm müşterileri üzerine bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8:1, 43-71.
- Kukar-Kinney, M., Scheinbaum, A. C., & Schaefer, T. (2016). Compulsive buying in online daily deal settings: An investigation of motivations and contextual elements. *Journal of business research*, 69:2, 691-699.
- Kwak, H., Zinkhan, G. M., & DeLorme, D. E. (2002). Effects of compulsive buying tendencies on attitudes toward advertising: the moderating role of exposure to TV commercials and TV shows. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 24:2, 17-32.
- Lee, S. H., Lennon, S. J., & Rudd, N. A. (2000). Compulsive consumption tendencies among television shoppers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 28:4, 463-488.
- Lejoyeux, M., & Weinstein, A. (2010). Compulsive buying. *The American Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36:5, 248-253.
- Lejoyeux, M., Ades, J., Tassain, V., & Solomon, J. (1996). Phenomenology and psychopathology of uncontrolled buying. *The American journal of psychiatry*, 153:12, 1524-1529.
- Lejoyeux, M., Haberman, N., Solomon, J., & Adès, J. (1999). Comparison of buying behavior in depressed patients presenting with or without compulsive buying. *Comprehensive psychiatry*, 40:1, 51-56.
- Manolis, C., & Roberts, J. A. (2008). Compulsive buying: Does it matter how it's measured? *Journal of Economic Psychology*, 29:4, 555-576.
- Miltenberger, R. G., Redlin, J., Crosby, R., Stickney, M., Mitchell, J., Wonderlich, S., . . . Smyth, J. (2003). Direct and retrospective assessment of factors contributing to compulsive buying. *Journal of behavior therapy and experimental psychiatry*, 34:1, 1-9.
- Moon, M. A., & Attiq, S. (2018). Compulsive buying behavior: Antecedents, consequences and prevalence in shopping mall consumers of an emerging economy. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 12:2 , 548-570.
- Mowen, J. C., & Spears, N. (1999). Understanding compulsive buying among college students: A hierarchical approach. *Journal of Consumer Psychology*, 8:4, 407-430.
- Müller, A., Mitchell, J. E., & de Zwaan, M. (2015). Compulsive buying. *The American Journal on Addictions*, 24:2, 132-137.

- O'guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of consumer research*, 16:2, 147-157.
- Okutan, S., Bora, B., & Altunışık, R. (2013). Keşifsel satın alma eğilimleri ve bu eğilimlerin plansız, kompulsif ve hedonik satın alma tarzlarıyla olan ilişkisinin incelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8:3, 117-136.
- Özer, G., & Yıldırım Kutbay, A. (2018). Kişisel Finansal Faktörler, Kompulsif Satın Alma Ve Finansal İyi Olma Hali Arasındaki İlişkiler. *Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi* 9:17, 73-99.
- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive buying behavior in college students: the mediating role of credit card misuse. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19:1, 81-96.
- Park, H. J., & Burns, L. D. (2005). Fashion orientation, credit card use, and compulsive buying. *Journal of Consumer Marketing*, 135-141.
- Park, T. Y., Cho, S. H., & Seo, J. H. (2006). A compulsive buying case: A qualitative analysis by the grounded theory method. *Contemporary family therapy*, 28:2, 239-249.
- Ridgway, N. M., Kukar-Kinney, M., & Monroe, K. B. (2008). An expanded conceptualization and a new measure of compulsive buying. *Journal of consumer Research*, 35:4, 622-639.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: an investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. *Journal of consumer affairs*, 32:2, 295-319.
- Roberts, J. A., & Roberts, C. (2012). Stress, gender and compulsive buying among early adolescents. *Young Consumers*, 13:2, 113-123.
- Roberts, J. A., & Sepulveda, M. C. (1999). Money attitudes and compulsive buying: an exploratory investigation of the emerging consumer culture in Mexico. *Journal of International Consumer Marketing*, 11:4, 53-74.
- Scherhorn, G. (1990). The addictive trait in buying behaviour. *Journal of Consumer policy*, 13:1, 33-51.
- Shoham, A., & Brenčić, M. M. (2003). Compulsive buying behavior. *Journal of consumer marketing*, 20:2, 127-138.
- Tarka, P., & Harnish, R. J. (2021). Toward the extension of antecedents of compulsive buying: The influence of personal values theory. *Psychological reports*, 124:5, 2018-2062.
- Tekin, M., Öztürk, D., & Selek, N. (2021). Ürün Temelli Yenilikçiliğin Plansız Satın Alma Davranışı Ve Kompulsif Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39, 44-68.

- Tokgöz, E. (2019). Hedonik ve Faydacı Tüketimin Dürtüsel ve Kompulsif Satın Alma Üzerinde Etkisi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 35, 93-108.
- Valance, G., d'Astous, A., & Fortier, L. (1988). Compulsive buying: Concept and measurement. *Journal of consumer policy*, 11:4, 419-433.
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Compulsive buying - features and characteristics of addiction. . In *Neuropathology of drug addictions and substance misuse*, 993-1007.
- Workman, L. (2010). Compulsive buying: a theoretical framework. *The Journal of Business Inquiry*, 9:1, 89-126.
- Yiğit, A. G., & Govdere, B. (2021). Kompulsif Satın Alma Davranışına Genel Bir Bakış. *Business and Economics Research Journal*, 12:3, 717-730.
- Yiğit, A. G., & Yiğit, M. (2020). Kompulsif Satın Alma Davranışının Y ve Z Kuşaklarında Cinsiyetler Arası Analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16:28, 1223-1240.
- Yüce, A., & Kerse, Y. (2018). Kişiliğin Kompulsif Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32:1, 143-156.
- Yüksel, C. A., & Eroğlu, F. (2015). The effects of personal factors and attitudes towards advertising on compulsive buying tendency. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 16, 43-70.