

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Eylül 2022, Cilt 15, Sayı 3, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Hizmet Baskın Mantık Yaklaşımının Tematik Gelişim Süreçleri ve Bilimsel Üretim Dinamikleri: 2004-2021 Yılları Arası Yayımlanan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi

Hazal DUMAN ALPTEKİN, Semra DOĞAN

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

Selçuk Efe KÜÇÜKKAMBAK, Bahman HUSEYNLI, Melek SÜLER

Tüketim Ritüeli Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi

Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TILTAY

Sosyal Güç ve Antropomorfizmin Varlıklara Verilen Değere Etkisi

Umut KUBAT DOKUMACI

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

Şerife KAZANCI SUNAOĞLU, Merve VARDARSUYU

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

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

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

Parisa ALİZADEHFANAELOO

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

İlknur KOÇYİĞİT BAYNIŞ, Fatih GEÇTİ

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

Mehmet Ali PAYLAN

