

Ocak 2025 • Cilt, 18 • Sayı, 1
ISSN: 1309-243X

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŐTIRMALARI DERGİSİ



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

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

Editör

Prof. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Hacettepe Üniversitesi

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Behçet Yalın ÖZKARA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nilüfer AYDINOĞLU, Koç Üniversitesi

Prof. Dr. Canan ERYİĞİT, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Doç. Dr. İlayda İPEK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Nilay BIÇAKÇIOĞLU PEYNİRCİ, University of Sussex

Doç. Dr. Niray TUNÇEL, Hacettepe Üniversitesi

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

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

Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL, Akdeniz Üniversitesi

Doç. Dr. Sıddık BOZKURT, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Doç. Dr. Özge SİĞİRCİ, Kırklareli Üniversitesi

Yazı İşleri

Arş. Gör. H. Mirac GÜNEŞ, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ÖZER	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. BahtıŐen KAVAK	İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĐAN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk Burak HAŐILOĐLU	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ercan GEGEZ	İstanbul Topkapı Üniversitesi
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth

Pazarlama ve Pazarlama AraŐtırmaları 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 AraŐtırmaları Dergisi yılda üç 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 AraŐtırmaları alanındaki özgün bilimsel çalıŐmaların yayınlanması suretiyle alandaki teorik, kavramsal ve uygulamalı literatüre katkıda bulunmaktır.

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 AraŐtırmaları 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 ulaŐılabilir.

İÇİNDEKİLER

Araştırma

Dış Pazarlara Açılırken Yabancılık Mesuliyetinin Etkisini Azaltmak İçin Bir Strateji Önerisi: Çevre Girişimsel Pazarlama

Gizem Eda Gülöz, Yesevi Alperen Yasa..... 1

The Effect of Mindful Attention on Consumers' Impulsive Buying Behavior and The Moderating Role of Family Type

Murat Fatih TUNA..... 39

Giyim Sektöründe Marka Sadakati ve Öncülleri: Marka Güveninin Moderatör Rolü

Zeynep ÖZDEMİR..... 67

Çevrim İçi Marka Deneyimleri Bağlamında Tüketici İlhamının ve Marka Mutluluğunun Satın Alma Niyetine Etkisi

Esra GENÇ, Asena ERDEM KURT, Alper ÖZER 105

The Effect of Hofstede Cultural Dimensions on Brand Equity: The Mediating Role of Perceived Usefulness

Zakaria Abdiwali MOHAMED, Mustafa ÜNSALAN 141

Elektrikli Otomobil Kullanım ve Satın Alma Niyetinin Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Teorisi İle İncelenmesi: Tüketici Etnosentrizminin Düzenleyici Rolü

Mahmut Selami AKIN 169

Examining The Effect of Green Marketing Strategies on Airline Consumers' Purchasing Behavior in The Scope of Theory of Planned Behavior (TPB)

Muhammed POLAT..... 213

Yapay Zekâ Kaygısı, Memnuniyet İle Marka İtibarı Arasındaki İlişiyi Değiştirir Mi? İşletmelerin Sunduğu Sanal Asistan (Chatbot) Hizmetleri Üzerine Bir Araştırma

Selman TEMİZ, Alperen Timuçin SÖNMEZ, Ramazan KURTOĞLU..... 243

Marka Birlikteliği Stratejisinin Yapısal Özellikleri ve Türkçe Literatürdeki Yansıması: Kavramsal Bir İnceleme

Gülay EROL-BOYACI, Leyla ÖZER, Doğan Yaşar AYHAN 277