

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Ocak 2025, Cilt 18, Sayı 1, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

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

Gizem Eda Gülöz, Yesevi Alperen Yasa

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

Murat Fatih TUNA

Giyim Sektöründe Marka Sadakati ve Öncülleri: Marka Güveninin Moderatör Rolü

Zeynep ÖZDEMİR

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

Esra GENÇ, Asena ERDEM KURT, Alper ÖZER

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

Zakaria Abdiwali MOHAMED, Mustafa ÜNSALAN

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

Mahmut Selami AKIN

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

Muhammed POLAT

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

Selman TEMİZ, Alperen Timuçin SÖNMEZ, Ramazan KURTOĞLU

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

Gülay EROL-BOYACI, Leyla ÖZER, Doğan Yaşar AYHAN

