

Ocak 2026 • Cilt, 19 • Sayı, 1
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

Pazarlamave PazarlamaAraştırmaları 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
Prof. Dr. Selcen ÖZTÜRKCAN, Linnaeus University
Prof. Dr. İpek Kazançoğlu, Ege Üniversitesi
Pof. Dr. Canan MADRAN, Emekli Öğretim Üyesi
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, France
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ÖZER, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL, Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Siddık BOZKURT, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Özge SİĞİRCİ, Kırklareli Üniversitesi
Doç. Dr. Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN, Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Feray ADIGÜZEL, Nottingham Business School

Yazı İşleri

Arş. Gör. H. Mirac GÜNEŞ, Hacettepe Üniversitesi

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

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 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 Araştırmaları alanındaki özgün bilimsel çalışmaların yayınlanması suretiyle alandaki teorik, kavramsal ve uygulamalı literatüre katkıda bulunmaktır.

KAPSAM

Dergi, öncelikle Pazarlama, Pazarlama Araştırması ve aynı zamanda Sosyoloji, Psikoloji, Yönetim Bilimleri, Girişimcilik 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 Etiği yönergeleri kabul edilmekte ve uygulanmaktadır. Yönergenin detaylarına <https://publicationethics.org/> adresinden ulaşılabilir.

İÇİNDEKİLER

Araştırma

The Impact Of Attitude Towards Social Commerce on Purchase Intention Ali GÜLBAŞI, Ercan TAŞKIN.....	1
The Importance of Mobile Experience in Digital Retailing: A Multi-Dimensional Analysis of Customer Feedback Based on The Lc Waikiki Case Sezai TUNCA, Yavuz Selim BALCIOĞLU.....	23
Understanding Stockpiling Behavior: The Role of Personality Traits and Consumption Motivations in the Post-COVID-19 Yasemin KUŞ, Ayşe BAYHAN, Derya DENİZ.....	48
Akran Zorbalığının Marka Tercihi Üzerindeki Etkisinde Benlik Saygısı ve Öz Farkındalığın Düzenleyici Rolü Sefa ÜSTÜNER, Meltem CANOĞLU.....	71
Dual-Sentiment Decomposition and Fuzzy Risk Prioritization (Dsd – Frp): Modeling Consumer Decision-Making Uncertainty in E-Commerce Alp PAR.....	97
Gösterişsiz Tüketim Motivasyonu ve Deneyimsel Değerin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Tüketici Bilincinin Aracı Rolü Seda MUTİ TABANLI.....	118
Is Transparency Valued or Doubted? The Impact of AI Disclosure on Consumer Responses to Sustainability Messages and The Mediating Role of Green Scepticism Ahmet KAYA, Tutku EKER İŞCİOĞLU.....	144
Çevrimiçi Kaynak Güvenirliği Modeli Bağlamında Reklamda Fenomen Kullanımının Satın Alma Niyetine Etkisi Meryem BOZKURT, Ömer TORLAK.....	169
The Color Of Loyalty: A Behavioral and Perceptual Analysis of Green Loyalty Program Engagement Rıfı Buğra BAĞCI.....	200

Derleme

A Comprehensive Examination of Consumer Behavior and Natural Disasters: A Bibliometric and TCCM-Based Review Nihan Tomris KÜÇÜK, Hazal DUMAN ALPTEKİN, Çetin ÇILDIR.....	232
---	------------