

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Eylül 2026, Cilt 19, Sayı 3, Hakemli Dergi

ISSN: 1309-243X

Bilişsel Uyumsuzluktan Pişmanlığa: Bilişsel Uyumsuzluğun Tüketici Pişmanlığı,
Şikâyet Davranışı ve Tekrar Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri

Pınar HACIHASANOĞLU

İnsan ve Sanal Etkileycilere Güvenmede Özgünlük ve Duygusal Bağın Rolü

Murat KANTAR

Consumer Ethics in Türkiye: A Qualitative Thematic Analysis

Mustafa Enes TEPE, Muhammet Ali TİLTAY, Murat ÖZ

Pazarlama Harcamalarının Finansal Performans Üzerindeki Etkisinde Sorumlu
Pazarlamanın Rolü: Paydaş Teorisi Perspektifine Dayalı Küresel Bir Analiz

Selman TEMİZ

Online Impulse Buying, Cognitive Dissonance and the Negative Word-of-Mouth:
A Moderated Mediation Model of Relationship Quality

Ayşe YAZGÜLÜ GÜVERCİN, Beyza ÖZYİĞİT GÜLTEKİN

Drivers And Barriers of Generation Z Consumers' Secondhand Fashion
Consumption: The Influence of Environmental Values, Social Proof and Perceived Risks

Ahmet TUĞRUL TUĞER

Dijital Oyunlarda Fiyat-Değer İlişkisinin Ölçülmesi: Hedonik Fiyatlandırma, Kuantil
Regresyon ve Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı

Burak BORA

Ekolojik Zekânın Sürdürülebilir Tüketim Davranışını Açıklamadaki Çok Boyutlu
Rolü:Yükseköğretim Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Şerife KAZANCI SUNAOĞLU, Elif KALKAN

Can Consumer Wisdom Foster Intention to Mitigate Climate Change? An
Integrated Model of Environmental Self-Identity, Biospheric Values, and Climate
Change Engagement

Özge DİNÇER, Mehmet ÖZER

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Eylül 2026 • Cilt 19 • Sayı 3 • ISSN: 1309-243X • Hakemli Dergi



SİSTEM OFSET YAYINCILIK



PAZARLAMA VE PAZARLAMA
ARAŞTIRMALARI DERNEĞİ