

# Pazarlama Araştırmaları II

**Editör**

Burak NAKİBOĞLU

© Copyright 2019

*Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ne aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığı bandrolü ile satılmaktadır.*

**ISBN**

978-605-258-599-3

**Kitap Adı**

Pazarlama Araştırmaları II

**Editör**

Burak NAKİBOĞLU

**Yayın Koordinatörü**

Yasin Dilmen

**Sayfa ve Kapak Tasarımı**

Akademisyen Dizgi Ünitesi

**Yayıncı Sertifika No**

25465

**Baskı ve Cilt**

Bizim Dijital Matbaa

**Bisac Code**

BUS043000

**DOI**

10.37609/akya.1582

**GENEL DAĞITIM**

**Akademisyen Kitabevi A.Ş.**

*Halk Sokak 5 / A*

*Yenişehir / Ankara*

*Tel: 0312 431 16 33*

*siparis@akademisyen.com*

**www.akademisyen.com**

## ÖNSÖZ

Akademisyen Yayınevi yöneticileri, yaklaşık 30 yıllık yayın tecrübesini, kendi tüzel kişiliklerine aktararak uzun zamandan beri, ticarî faaliyetlerini sürdürmektedir. Anılan süre içinde, başta sağlık ve sosyal bilimler, kültürel ve sanatsal konular dahil 1000 kitabı yayımlamanın gururu içindedir. Uluslararası yayınevi olmanın alt yapısını tamamlayan Akademisyen, Türkçe ve yabancı dillerde yayın yapmanın yanında, küresel bir marka yaratmanın peşindedir.

Bilimsel ve düşünsel çalışmaların kalıcı belgeleri sayılan kitaplar, bilgi kayıt ortamı olarak yüzlerce yılın tanıklarındır. Matbaanın icadıyla varoluşunu sağlam temellere oturtan kitabın geleceği, her ne kadar yeni buluşların yörüngesine taşınmış olsa da, daha uzun süre hayatımızda yer edineceği muhakkaktır.

Akademisyen Yayınevi, kendi adını taşıyan **“Bilimsel Araştırmalar Kitabı”** serisiyle Türkçe ve İngilizce olarak, uluslararası nitelik ve nicelikte, kitap yayımlama sürecini başlatmış bulunmaktadır. Her yıl Mart ve Eylül aylarında gerçekleşecek olan yayımlama süreci, tematik alt başlıklarla devam edecektir. Bu süreci destekleyen tüm hocalarımıza ve arka planda yer alan herkese teşekkür borçluyuz.

**Akademisyen Yayınevi A.Ş.**

# İÇİNDEKİLER

Bölüm 1	Adana’da Otomobil Tercihlerinin İstatistiksel Analizi ..... 1 <i>Seval SÜZÜLMÜŞ</i> <i>Gülsen KIRAL</i>
Bölüm 2	Ardahan İli Büyükbaş Hayvancılık Sektörünün Yapısal Özellikleri ve Pazarlama Kanalları Üzerine Bir Araştırma ..... 17 <i>Arzu KILIÇ</i> <i>Özlem EŞTÜRK</i> <i>Nilcan ALBAYRAK</i> <i>Şafak ALTAY</i>
Bölüm 3	Çukurova Üniversitesi Öğrencileri Mutluluk Düzeyleri ..... 35 <i>Gülsen KIRAL</i> <i>Merve MAŞA</i>
Bölüm 4	Dini Değerlerin Tüketicilerin Satın Alma Davranışına Etkisi: Bireysel Emeklilik Sistemi Üzerine Sivas İlinde Bir Uygulama ..... 45 <i>İbrahim YEMEZ</i> <i>M. Şükrü AKDOĞAN</i>
Bölüm 5	Elektronik Ticarete İkinci El Giyimın Cazibe Platformları: Online Pazar Yerlerine Yönelik Bir Araştırma ..... 63 <i>Gonca KÖSE</i>
Bölüm 6	İzinli Pazarlamanın Tüketici Davranışlarına Yansımaları ..... 81 <i>Ehlinaz TORUN KAYABAŞI</i>
Bölüm 7	Reklam Ekonomisi: Mikroiktisadi Değerlendirmeler ..... 97 <i>Ömer BÜYÜKBAŞ</i> ..... <i>Hamdi AYYILDIZ</i>
Bölüm 8	Pazarlama Karması Elemanları (4P) Boyutuyla İslami Pazarlama ..... 109 <i>Hacı Mustafa PAKSOY</i> <i>Filiz ÇOPUROĞLU</i>
Bölüm 9	Satın Alma Sürecinde Utanmada Sosyal Etkileşim Kaygısı Ve Sosyal Fobinin Rolü Üzerine Bir Araştırma ..... 125 <i>Ertuğrul KARAKAYA</i>
Bölüm 10	Turist Temelli Destinasyon Marka Ederi Bileşenlerinin Satın Alma Kararına Etkisi Açısından Önceliklendirilmesi ..... 141 <i>Aziz ÖZTÜRK</i>
Bölüm 11	Tüketicilerin Turistik Ürün Satın Alma Kararında Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin (E-Wom) Etkisi..... 163 <i>Ömer Zafer GÜVEN</i>
Bölüm 12	Yeni Nesil Akıllı Teknolojiler Kapsamında Nesnelerin İNTERNETİ Teknolojisi Ve Perakende Sektöründeki Uygulamaların Örnek Olay Kapsamında İncelenmesi ..... 181 <i>Selda ENE</i>