

Eylül 2020 • Cilt, 13 • Sayı, 3
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

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi Adına Sahibi

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneđi

Editörler

Prof. Dr. Bahtıřen KAVAK, Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ÖZER, Ankara Üniversitesi

Editörler Kurulu

Doç. Dr. Nilüfer AYDINOĞLU, Koç Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İstemi BERK, Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN, Çankırı Karatekin Üniversitesi

Doç. Dr. Canan ERYİĞİT, Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. David FARO, London Business School, UK

Doç. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ, Hacettepe Üniversitesi

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

Yazı İşleri

Dr. Öğr. Üyesi Niray Tunçel, Hacettepe Üniversitesi

Arař. Gör. Mehmet Özer, Ankara Üniversitesi

Cilt/Volume: 13, Sayı/Number: 3

PAZARLAMA VE PAZARLAMA ARAŞTIRMALARI DERGİSİ DANIŐMA KURULU (*)

Prof.Dr. Doğan Yařar AYHAN	Başkent Üniversitesi
Prof.Dr. Muzaffer BODUR	Bođaziçi Üniversitesi (Emekli)
Prof.Dr. Tamer ÇAVUŐGİL	Georgia State University
Prof.Dr. Tefik DALGIÇ	University of Texas
Prof. Dr. Şayeste DAŐER	KOÇ Üniversitesi (Emekli)
Prof.Dr. Yüksel EKİNCİ	University of Portsmouth
Prof.Dr. Güliz GER	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Sahavet GÜRDAL	Marmara Üniversitesi
Prof.Dr. Doğan GÜRSOY	Washington State University
Prof.Dr. Muhittin KARABULUT	Arel Üniversitesi
Prof.Dr. Erdener KAYNAK	Pennsylvania State University
Prof.Dr. Akın KOÇAK	Ankara Üniversitesi
Prof.Dr. Mustafa MAZLUM	Çukurova Üniversitesi
Prof.Dr. İsmet MUCUK	İstanbul Esenyurt Üniversitesi
Prof.Dr. Yavuz ODABAŐI	Anadolu Üniversitesi
Prof.Dr. Selime SEZGİN	İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof.Dr. Tuncer TOKOL	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
Prof.Dr. Doğan TUNCER	Başkent Üniversitesi
Prof.Dr. Cemal YÜKSELEN	Beykent Üniversitesi

(*) Soyadlarına göre alfabetik sıraya göre yazılmıştır.

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi'nin yer aldığı akademik endeksler

"Advanced Sciences Index" (ASI), "AcademicKeys", "CiteFactor", "ASOS Index", "TÜBİTAK ULAKBİM"

Journal of Marketing and Marketing Research is indexed and abstracted in

"Advanced Sciences Index" (ASI), "AcademicKeys", "CiteFactor", "ASOS Index", "TÜBİTAK ULAKBİM"

Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi yılda iki kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Bu dergide yayınlanan makalelerin bilim ve dil sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergide yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılmaz.

AMAÇ

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

KAPSAM

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

İÇİNDEKİLER

Araştırma

- Sponsor Ürünleri Satın Alma Niyeti Oluşumunda Yıldız Sporcu
Marka İmajı Ve Taraftar Kimliğinin Etkisi
Ferhat KESKİN, Emre Şahin DÖLARSLAN..... 413
- Exploring and Identification of Passengers’ Web Search Goals Using
“Ticket” Related Queries in the Airline Market: A Google Trends Study
Bahri Baran KOÇAK..... 443
- Reklamlarda Çekici Model Kullanımının Vampir Etkisi Kapsamında Göz Takip
Tekniğiyle Değerlendirilmesi
Gizem TOKMAK, Ramazan AKSOY 461
- Mağaza İmaj Bileşenlerinin Premium Özel Markalı Ürünlere İlişkin
Müşterilerin Kalite Algısına Ve Satın Alma Niyetine Etkisi
Önder KETHÜDA..... 502
- Bireysel Yenilikçiliğin Tüketici Yenilikçiliğine Etkisinde Fomo’nun Aracılık Rolü
İlknur KORKMAZ, Nil Esra DAL 532
- A Comparison Between Pre And Post-Crisis Consumer Responses:
Does Reputation Really Act As a Shield?
Enis YAKUT, Ayşe Gül BAYRAKTAROĞLU 568
- Sosyal Medya Kullanım Yoğunluğu İle Sosyal Medyada Ünlü Kullanımının Lüks
Tüketim Eğilimine Etkisinde Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlamanın (Ewom)
Rolüne Yönelik Bir Araştırma
Canberk ÇETİN, Muhammet Ali TİLTAY, Behçet Yalın ÖZKARA 590

BU SAYIDA KATKI VEREN HAKEMLER (*)

Prof. Dr. Ayşe AKYOL	İstanbul Arel Üniversitesi
Prof. Dr. Metin ARGAN	Eskişehir Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Mutlu Yüksel AVCILAR	Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer AYDINOĞLU	Koç Üniversitesi
Doç. Dr. Pınar BAŞGÖZE	Hacettepe Üniversitesi
Dr. Çağla Pınar BOZOKLU	Başkent Üniversitesi
Doç. Dr. Banu KÜLTER DEMİRGÜNEŞ	Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semra DOĞAN	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Emre Şahin DÖLARSLAN	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İçlem ER	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi
Doç. Dr. Levent GELİBOLU	Kafkas Üniversitesi
Doç. Dr. Beyza GÜLTEKİN	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Selçuk Burak HAŞILOGLU	Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tutku Eker İŞÇİOĞLU	Piri Reis Üniversitesi
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Gülpınar KELEMCİ	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Özge ÖZGEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Öznur ÖZKAN TEKTAŞ	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Yusuf Volkan TOPUZ	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Niray TUNÇEL	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Tülay YENİÇERİ	Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

(*) Soyadlarına göre alfabetik sıraya göre yazılmıştır.