

EE- Pazaryerlerinde Algılanan Web Site Kalitesi, Güven ve Çevrimiçi Anlık Satın Alma Arasındaki İlişkiler

Yazar : Hasan Gedik Sayfa Sayısı : 12 Kelime Sayısı : 6226 Karakter Sayısı : 47255

ORJİNALLİK RAPORU

BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ
%18	—	—	—

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	Trafik ve Ulaşım Araştırmaları Dergisi (Online) - Algılanan Değer, Güven ve Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Otomobil Paylaşım Platformları Üzerine Bir Çalışma	%2
2	OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi - Respect and Trust in Organizations: A Research About Their Effect on Job Satisfaction	<%1
3	Orta Doğu Teknik Üniversitesi - A modeling study about barriers which anatolian teacher training school physics teachers faced implementing micro-computer based laboratory	<%1
4	0 - Internet Source	<%1
5	0 - Internet Source	<%1
6	Emerald - Intellectual capital and firm performance of US multinational firms	<%1
7	OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi - Genelleştirilmiş Problemlı İnternet Kullanım Ölçeğı 2'nin Türkçe'ye Uyarlama Çalışması	<%1
8	İstanbul Teknik Üniversitesi - Resilient places, resilient childhood: Exploring the role of the built environment in supporting the well-being of children in war	<%1
9	Research in Educational Administration and Leadership (REAL) - REAL_Vol 5_Issue_2	<%1
10	Beykent Üniversitesi - Duygusal zekanın satın alma davranışları üzerine etkisi	<%1
11	Dokuz Eylül Üniversitesi - Sosyal medyada fenomen pazarlama ile tüketicilerin plansız satın alma davranışı arasındaki ilişkinin analizi	<%1
12	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi - Dünya hazır giyim endüstrisinin rekabet gücü analizi: 1995-2018	<%1
13	nmdigitalteam.com - Internet Source	<%1

14	Niğde Üniversitesi - İçgüdüsel satın almaya tüketici yenilikçiliği, ürün ilgilenimi ve algılanan riskin etkisi	<%1
15	İbn Haldun Üniversitesi - Pandemi öncesi ve sonrası dönemde e-ticaret sitesi müşterilerinin basılı kitap sipariş ve şikâyet verileri ile satınalma davranışları arasındaki ilişki	<%1
16	Ondokuz Mayıs Üniversitesi - Web site kalitesi ve promosyonların anlık satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelenmesi: Online pazaryerleri örneği	<%1
17	Marmara Üniversitesi - Web sitesi kalitesi ve satış geliştirme faaliyetlerinin online anlık satın alma davranışına etkisi	<%1
18	İstanbul Gelişim Üniversitesi - Dijital pazarlama araçları ile anlık satın alma kararı arasındaki ilişki	<%1
19	Dokuz Eylül Üniversitesi - Algılanan kıtlığın anlık satın alma niyetine etkisinde kişiliğin düzenleyici rolü	<%1
20	İktisadi Araştırmalar Vakfı - Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimi Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma	<%1
21	Ege Üniversitesi - Zihinsel engelli çocuğa sahip annelerin tükenmişlik düzeylerinin yordanması	<%1
22	- Türk ve Alman Gençlerin Giyim Motivasyonu, Marka Duyarlılığı ve Moda Yönelimi: Karşılaştırmalı bir Araştırma (Turkish and German Adolescents’ Clothing Motivation, Brand Sensitivity and Fashion Orientation: A Comparative Study)	<%1
23	Marmara Üniversitesi - Tüketici değerleri marka ilişki kalitesi ve marka kredibilitesi arasındaki ilişkilerin değiştirme ve yeniden satın alma niyetleri üzerindeki etkileri	<%1
24	İstanbul Gelişim Üniversitesi - Anlık satın alma davranışının davranışsal perspektif modeline göre incelenmesi: İstanbul ve Bristol örneği	<%1
25	Karadeniz Teknik Üniversitesi - Hastanedeki hemşirelik hizmetlerinin ücret değerlerinin belirlenerek maliyetinin saptanması	<%1
26	İstanbul Management Journal (Dergipark) - Tüketicilerin Çevrimiçi Perakende Alışveriş Sitelerine Yönelik Sadakatleri Üzerinde Memnuniyet, Güven ve Kalite Algılarının Rolü	<%1
27	Balıkesir Üniversitesi - İlişkisel pazarlama faaliyetlerinin ağızdan ağıza iletişim (WOM) yaratma üzerine etkisi: Bankacılık sektörüne ilişkin bir alan araştırması	<%1
28	Marmara Üniversitesi - Kamu sağlık kurumları çalışanlarında yardımlaşma kültürü: İstanbul İl Sağlık Müdürlüğü ve Anadolu Güney Kamu Hastane Birliği üzerine bir çalışma	<%1
29	Marmara Üniversitesi - Sporda isim hakkı-veren işletmeler ile isim hakkı-alan işletmeler arası ilişkilerinde kurumlararası güvenin başarıya etkisi	<%1
30	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi - Otel işletmelerinde sosyal medya pazarlamasının etkinliğinin pazarlama performans değerlendirme sistemleriyle ölçümü	<%1
31	bora.sh - Internet Source	<%1

32	Uşak Üniversitesi - Okullarda öğretmenlerin paylaşılan liderlik algıları ile psikolojik sermayeleri arasındaki ilişki	<%1
33	Asos Yayınları - javs_tam_metin_kitabi	<%1
34	Marmara Üniversitesi - Kurum içi iletişim ortamı ile kurumsal güven arasındaki ilişki ve bir alan araştırması	<%1
35	Süleyman Demirel Üniversitesi - Bireylerin hekim sahiplenme tutumu: Bir ölçek geliştirme çalışması	<%1
36	Ankara Üniversitesi - Teizm ve ateizm: Delilci kötülük problemi	<%1
37	www.istanbulstephaliyikama.com - Internet Source	<%1
38	Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi - İnternet’ten Alışveriş Faktörleri Modelinin Oluşturulması ve Bilişsel Haritalama Tabanlı Karar Verme	<%1
39	Business and Management Studies: An International Journal - GEN Z TÜKETİCİLERİNİN ONLINE ANLIK SATIN ALMA DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER	<%1
40	Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi - Elektronik Ticarete Güvenin Tüketici Sadakati Üzerine Etkisi	<%1
41	Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi - YEREL HALKIN ÜNİVERSİTEYE BAKIŞ AÇISI: HARMANCIK MESLEK YÜKSEKOKULU ÖRNEĞİ	<%1
42	Erciyes Üniversitesi - Ar-ge tabanlı ekonomik büyüme sürecinde inovasyon unsurunun rolü: Uluslararası karşılaştırmalı bir analiz	<%1
43	0 - Internet Source	<%1
44	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi - Konaklama işletmeleri çalışanlarının örgütsel değişim ve iş güvencesizliği algıları arasındaki ilişkide istihdam edilebilirliğin düzenleyici rolü	<%1
45	Beykoz Akademi Dergisi - TERSANELERİN TEDARİKÇİLERİ İLE İLİŞKİLERİNDE LOJİSTİK PERFORMANSIN İLİŞKİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ	<%1
46	Hitit Üniversitesi - Kişilik özelliklerinin iş yerinde sosyal cesaret davranışına etkisinde kararlara katılmaya yönelik tutum ve karar vermeyi erteleme davranışının aracılık rolü	<%1
47	Gedik Üniversitesi - The effect of transformational leadership on organizational identification an empirical study in Baghdad	<%1
48	0 - Internet Source	<%1
49	www.sondakika.com - Internet Source	<%1
50	Kafkas Üniversitesi - Müşteri güveni ve müşteri memnuniyeti bağlamında lojistik hizmet kalitesinin müşteri vatandaşlık davranışına etkisi	<%1

51	Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi - Konaklama işletmelerinde kurumsal itibarın işgören performansına etkisinde motivasyonun aracılık rolü: Bişkek örneği	<%1
52	Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi - Tüketici Tercihlerinin Oluşumunda, Marka İmajı Ve Marka Bağımlılığı İlişkisine, Marka Güveninin Aracılık Etkisinin Belirlenmesi	<%1
53	Fırat Üniversitesi - Hata yönetimi kültürü işe cezbolma ve örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkiler	<%1
54	Marmara Üniversitesi - Online anlık satın alma davranışını etkileyen faktörlerin pişmanlık ve tatmin üzerindeki etkisinde marka bilinirliliği ve marka sadakatinin aracı rolü	<%1
55	Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi - Duygusal zekâ temalı etkileşimli ortamın ortaokul öğrencileri üzerindeki etkileri ve ortam hakkında öğrenci görüşleri	<%1
56	Güncel turizm araştırmaları dergisi (Online) - Davranışsal Niyetin Yeşil Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kontrol İnançların Aracı Rolü: Turizm Sektöründe Bir Araştırma	<%1
57	Mustafa Kemal Üniversitesi - Sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin müşterinin algıladığı değer bileşenlerine etkisi üzerine ampirik bir çalışma	<%1
58	Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi - YEŞİLE BOYAMA VE YEŞİL SATIN ALMA DAVRANIŞI: ÇEVRESEL AÇIDAN SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR BAKIŞ AÇISI	<%1
59	0 - BİST 100 ENDEKSİ İLE ALTIN VE PETROL FİYATLARI ARASINDAKİ NEDENSELLİK İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ	<%1
60	Necmettin Erbakan Üniversitesi - Sürdürülebilir turizm uygulamalarının bölgesel kalkınma açısından değerlendirilmesi: TRB1 bölgesine yönelik bir çalışma	<%1
61	Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - PAZARLAMADA DÖNÜŞÜMÜN LOKOMOTİFİ “DİJİTALLEŞME”: DEĞİŞEN MÜŞTERİ TALEPLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	<%1
62	Yaşar Üniversitesi - Üniversitelerin bütünleşik pazarlama iletişimi faaliyetlerinin öğrenci ve ebeveyn tercihlerine etkisi: Bir vakıf üniversitesine yönelik araştırma	<%1
63	JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy - Dindarlık Düzeyinin Sürdürülebilir Giyim Satın Alma Davranışına Etkisi: Moda Bağlılığı ve Çevre Yanlısı Tutumun Aracılık Rolü	<%1
64	Karabük Üniversitesi - Kadınların farklı menstrüel siklustaki kaygı düzeylerinin online anlık satın alma, online kompulsif satın alma ve fiziksel mağaza yönelimi ile ilişkisinin incelenmesi	<%1
65	İstanbul Aydın Üniversitesi - The effect of big five traits on online impulse purchase in the moderation effect of hedonic and utilitarian shopping motives	<%1
66	Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi - İNTERNET BAĞIMLILIĞININ ONLINE KOMPULSİF VE ONLINE ANLIK SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ	<%1
67	Atatürk Üniversitesi - Web sitesi kalitesinin bilgi kalitesi, müşteri değeri ve müşteri sadakati üzerindeki etkisinin giyim perakendeciliği özelinde incelenmesi	<%1

Çevrimiçi Anlık Alışverişi Etkileyen İçsel ve Dışsal Faktörler; Türkiye ve Güney Kore Örneği