

Editor:

Assist. Prof. Dr. Ömer Sezai ŞENEL

International Research in

Social,
Human and
Administrative
Sciences
XIX

EĞİTİM
yayınevi

INTERNATIONAL RESEARCH IN SOCIAL, HUMAN AND ADMINISTRATIVE SCIENCES XIX

Editor: Assist. Prof. Dr. Ömer Sezai Şenel

Executive Editor: Yusuf Ziya Aydoğan (yza@egitimyayinevi.com)

Publishing Coordinator: Yusuf Yavuz (yusufyavuz@egitimyayinevi.com)

Interior Designer: Kübra Konca Nam

Cover Designer: Eğitim Yayınevi Graphics Unit

Republic of Türkiye Ministry of Tourism and Culture

Publisher Certificate No: 47830

ISBN: 978-625-6613-12-6

1. Edition, November 2023

Printing and Binding

Repro Bir Matbaacılık

İvedik OSB Matbaacılar Sitesi 1514 Cad. No: 23-25 Yenimahalle/Ankara

Printing House Certificate No: 47381

Library Information Card

INTERNATIONAL RESEARCH IN SOCIAL, HUMAN AND ADMINISTRATIVE SCIENCES XIX

Editor: Assist. Prof. Dr. Ömer Sezai Şenel

p.122, 160x240 mm

Includes references, no index.

ISBN: 978-625-6613-12-6

© All rights for this edition are reserved for Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, including photocopying, electronically or mechanically recording or by any information storage or retrieval system, without permission of Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti.

EĞİTİM
yayınevi

Publisher Turkey Office: İstanbul: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Atakent mah. Yasemen sok. No: 4/B, Ümraniye, İstanbul, Türkiye

Konya: Eğitim Yayınevi Tic. Ltd. Şti., Fevzi Çakmak Mah. 10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

+90 332 351 92 85, +90 533 151 50 42, 0 332 502 50 42

bilgi@egitimyayinevi.com

Publisher USA Office: New York: Eğitim Publishing Group, Inc.
P.O. Box 768/Armonk, New York, 10504-0768, United States of America
americaoffice@egitimyayinevi.com

Logistics and Shipping Center: Kitapmatik Lojistik ve Sevkiyat Merkezi, Fevzi Çakmak Mah.

10721 Sok. B Blok, No: 16/B, Safakent, Karatay, Konya, Türkiye

sevkiyat@egitimyayinevi.com

Bookstore Branch: Eğitim Kitabevi, Şükran mah. Rampalı 121, Meram, Konya, Türkiye

+90 332 499 90 00

bilgi@egitimkitabevi.com

Internet Sales: www.kitapmatik.com.tr

+90 537 512 43 00

bilgi@kitapmatik.com.tr

 **kitapmatik**
İnternetteki kitaplarınız

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing* (7th ed.) Pearson
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Taylor & Francis.
- Clemens, K., Matkovic, J., Faasse, K., & Geers, A. (2020). Determinants of Safety Focused Product Purchasing in the United States at the Beginning of the Global COVID-19 Pandemic. *Safety Science*, 130, Article ID: 104894.
- Corniani, M. (2006). *Digital Marketing Communication*. Symphonia: Emerging Issues in Management, 2, 41-61.
- Çetin, K. (2018). Satın Alma Davranışlarında Kadınların Giysi Markası Tercihlerini Etkileyen Faktörler. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 354-366.
- Çiftçisoğ, R. (2022). Koronavirüs'ün dijital pazarlama ve tüketici davranışları üzerine etkilerinin tüketici psikolojisi açısından incelenmesine yönelik kavramsal bir çalışma, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.
- Durmaz, Y., & Efendioğlu, I. H. (2016). Travel from traditional marketing to digital marketing. *Global journal of management and business research*, 16(2), 34-40.
- Elden, M. (2004). Uluslararası Reklamda Tüketici Davranışını Etkileyen Bir Faktör Olarak Kültürel Farklılıkların Önemi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 205-221.
- Elden, M., Ulukök, Ö., & Yeygel, S. (2017). *Şimdi Reklamlar... İletişim Yayınları*.
- Friedrich, R., Gröne, F., Hölbling, K., & Peterson, M. (2009). The march of mobile marketing: New chances for consumer companies, new opportunities for mobile operators. *Journal of advertising research*, 49(1), 54-61.
- Funde, Y., & Mehta, Y. (2014). Effect of Social Media on Purchase Decision. *Pacific Business Review International*, 6, 45-51.
- Gajjar, N. B. (2013). Consumer Behavior and the Process of purchase Decision. *International Journal of Research in Management and Pharmacy (IRJMP)*, 2320-0901.
- Garg, S., Gupta, S., & Gupta, B. (2022, January). Issues and challenges with fake reviews in Digital Marketing. In *2022 International Conference on Computer Communication and Informatics (ICCCI)* (pp. 1-5). IEEE.
- Gavilanes, J. M., Flatten, T. C., & Brettel, M. (2018). Content strategies for digital consumer engagement in social networks: Why advertising is an antecedent of engagement. *Journal of Advertising*, 47(1), 4-23.
- Gedik, Y. (2020). Pazarlamada yeni bir pencere: Dijital pazarlama. *Journal of Business in the Digital Age*, 3(1), 63-75.
- Giamanco, B., & Gregoire, K. (2012). Tweet Me, Friend Me, Make Me Buy. *Harvard Business Review*, 90, 89-93.
- Hausman, A. (2014). Consumer Decision-Making Process and Social Media. Digitalis.
- İşilar, H. B. (2021). Havayolu endüstrisinde dijital pazarlama uygulamalarının değerlendirilmesi. *Havacılık ve Uzay Çalışmaları Dergisi*, 1(2), 42-63.
- İslamoğlu, H. A. ve Alnaçık, Ü. (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı). Beta Yayıncılık.
- Jusoh, Z. M., & Ling, G. H. (2012). Factors influencing consumers' attitude towards e-commerce purchases through online shopping. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(4), 223-230.
- Kamal, Y. (2016). Study of trend in digital marketing and evolution of digital marketing strategies. *International Journal of Engineering Science*, 6(5), 5300- 5302.

- Kantarçı, Ö., Özalp, M., Sezginsoy, C., Özaşkın, O., & Cavlak, C. (2017). Dijitalleşen dünyada ekonominin itici gücü: E-ticaret. *Tüsiad Yayını*.
- Karakaya Eren, G. K. (2023). Pazarlamada Yeni Trendler ve Dijital Reklamın Post Covid Sonrası Eğilimleri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 701-730.
- Khan, F., & Siddiqui, K. (2013). The importance of digital marketing. An exploratory study to find the perception and effectiveness of digital marketing amongst the marketing professionals in Pakistan. *Journal of information systems & operations management*, 7(2).
- Koç Akgöl, S., & Pazarbaşı, B. (2020). *Dijital (in) Ritmi İletişim, Medya ve Kültür Alanlarında Yeni Perspektifler*. Hiperlink eğit. ilet. yay. san. tic. ve ltd. sti..
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Pazarlama 4.0 gelenekselden dijitalgeçiş. *Optimist Yayın Grubu*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Pazarlama 4.0 gelenekselden dijitalgeçiş. *Optimist Yayın Grubu*.
- Kumra, R. (2007), "Consumer behaviour". Mumbai: Global Media.
- Labrecque, L. I., Esche, J. V. D., Mathwick, C., Novak, T. P., & Hofacker, C. F. (2013). Consumer Power: Evolution in the Digital Age. *Journal of Interactive Marketing*, 27, 257-269.
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of marketing*, 80(6), 146-172.
- Ludwig, S., De Ruyter, K., Friedman, M., Brügggen, E. C., Wetzels, M., & Pfann, G. (2013). More than Words: The Influence of Affective Content and Linguistic Style Matches in Online Reviews on Conversion Rates. *Journal of Marketing*, 77, 87-103.
- Meng, L. M., Duan, S., Zhao, Y., Lü, K., & Chen, S. (2021). The impact of online celebrity in livestreaming E-commerce on purchase intention from the perspective of emotional contagion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102733.
- Mir, I. A., & Rehman, K. U. (2013). Factors Affecting Consumer Attitudes and Intentions toward User-Generated Product Content on YouTube. *Management & Marketing*, 8, 637-654.
- Okoro, O, Hibuzor, A, Catherine, E (2021). "Economic Recession & its Effect on Consumer Buying Behaviour towards Imported Foods in South-East Region of Nigeria", *International Journal of Scientific and Research Publications* 11 (8).
- Öndoğan, E. N. (2010). Restoran Pazarlamasında Kullanılan Temel Pazarlama Karma Elemanları. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 1-25.
- Öztürk, D. (2022). *Mobil Uygulamalarla Araç Kiralama Yapan Tüketicilerin Online Müşteri Deneyimi ve Tekrar Satın Alma Niyeti İle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*. Doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Paul, J., & Rana, J. (2012). Consumer behavior and purchase intention for organic food. *Journal of consumer Marketing*, 29(6), 412-422.
- Pearson, A. (2013). Integrating Social Media with Mobile, Online and Other Marketing Channels. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 1, 192- 200.
- Petit, O., Velasco, C., & Spence, C. (2019). Digital Sensory Marketing: Integrating New Technologies into Multisensory Online Experience. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 42-61.

- Piñeiro-Otero, T., & Martínez-Rolán, X. (2016). Understanding digital marketing—basics and actions. *MBA: Theory and application of business and management principles*, 37-74.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2022). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 25(5), 823-843.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004a). Co-Creating Unique Value with Customers. *Strategy & Leadership*, 32, 4-9.
- Racolta-Paina, N. D., & Luca, T. A. (2010). Several considerations regarding the online consumer in the 21st century: A theoretical approach. *Management & Marketing*, 5(2).
- Ruziye, C. O. P., & Bekmezci, M. (2008). Değer Temelli Pazarlama Anlayışında Balanced Scorecard'ın Stratejik Önemi. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (39), 247-266.
- Ryan, J. (2010). *A History of the Internet and the Digital Future*. Reaktion Books.
- Saurabh, K & Devika, S. (2014). “The Effect of Recession on the Buying Behavior of Consumers in New Delhi during the Economic Slowdown”, of 2013. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2008). *Consumer behaviour: A European outlook*. London, UK: Prentice Hall
- Sönmez, H. Ş. (2020). Dijital Ortamda Yapılan Halkla İlişkilerin Bir Aracı Olarak Kurumsal Bloglar: 2019 Yılı Türkiyenin En Değerli 25 Markası Üzerine Bir İnceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, (16), 185-207.
- Stallkamp, M., & Schotter, A. P. (2021). Platforms without borders? The international strategies of digital platform firms. *Global Strategy Journal*, 11(1), 58-80.
- Şengül, O. (2021). *2 Saatte A'dan Z'ye Dijital Pazarlama*. CERES YAYINLARI.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Verissimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother?. *Business horizons*, 57(6), 703-708.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 9(1), 51.
- Tunçalp, O., & İrge, N. T. (2018). Turizm Pazarlamasında Çevrimiçi Sitelerindeki Müşteri Yorumları Ve Puanlama Sisteminin Otel Satış Fiyat Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 42-57.
- Tümbek, A. (2010). Bütünleşik Pazarlama Faaliyetleri İle Turizmin Ve Yabancı Yatırımın İlişkilendirilmesi. *Öneri*, 9(34), 173.
- Uçkun, S., & Sağtaş, S. (2021). Artırılmış Gerçeklik İle Deneysel Pazarlamanın Tüketici Satın Alma Niyetine Etkisi: Turistik Satın Alma Davranışı Uygulaması. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 2(2), 150-174.
- Ünver, A. (2013). *Hazır Giyimde Geleneksel Pazarlama İle İnternette Pazarlamanın Karşılaştırılmasına Yönelik Alan Çalışması*, Doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Varadarajan, R., Welden, R. B., Arunachalam, S., Haenlein, M., & Gupta, S. (2022). Digital product innovations for the greater good and digital marketing innovations in communications and channels: Evolution, emerging issues, and future research directions. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 482-501.
- Wertime, K., & Fenwick, I. (2011). *DigiMarketing: The Essential Guide to New Media and Digital Marketing*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80.
- Yetmen, G. (2021). Lüks Moda Giyim Markalarının Dijital Dönüşümü. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 161-187.
- Yılmaz, K. G. (2016). Politik pazarlama karmasına kavramsal ve güncel bir bakış. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 413-431.
- Yüksel, D., & Tolon, M. (2019). Dijital Pazarlama Stratejisi Olarak Arama Motoru Optimizasyonu (SEO). *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3(3), 236-243.