



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Tüketicilerin Özel Günlerdeki Hediye Satın Alma Davranışlarının Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi

Prof. Dr. Muhammed Asif YOLDAŞ, Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-posta: muhammedasifyoldas@hitit.edu.tr
ORCID ID: [0000-0002-3010-7349](https://orcid.org/0000-0002-3010-7349)

Nejla DİLEK, Avrasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: nejladilek@hotmail.com
ORCID ID: [0000-0002-4195-8237](https://orcid.org/0000-0002-4195-8237)

Öz

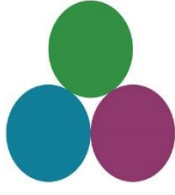
Tüketicilerin harcadığı para ve emek değerlendirildiğinde, firmalar için özel günler adeta bir fırsat niteliğindedir. Ancak özel günler için kurgulanan kampanyaların başarılı olması tüketicilerin satın alma davranışlarına etki eden faktörlerin doğru bir şekilde tespit edilmesine bağlıdır. Bu noktada Planlı Davranış Teorisi (PDT) devreye girmektedir. Bu teoride, bireylerin bir davranışı gerçekleştirmelerinin birincil açıklayıcısı niyet değişkenidir. Niyetin ise davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklandığı ifade edilmektedir. Bu çalışmada tüketicilerin özel günlerdeki satın alma davranışları PDT modeli çerçevesinde incelenmektedir. Bu çerçevede özel günlerde satın alınan hediyein en çok kaliteli olmasına, estetik görünmesine ve garantili olmasına dikkat edildiği belirlenmiştir. PDT analiz sonucuna göre, özel günlerde hediye ürün satın alma *niyeti* üzerindeki en büyük katkı (=0,483) *Davranışa Yönelik Tutum* değişkeninin sağladığı tespit edilmiştir. Ayrıca özel günlerde hediye ürün satın alma *davranışı* üzerinde *niyet* değişkeninin açıklayıcı olmasının daha fazla (=0,402) olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici, Satın Alma Davranışı, Özel Günler, Planlı Davranış Teorisi

Makale Gönderme Tarihi: 14.05.2020

Makale Kabul Tarihi: 22.06.2020

Önerilen Atıf: Yoldaş, A, M., Dilek, N. (2020). Tüketicilerin Özel Günlerdeki Hediye Satın Alma Davranışlarının Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 234-251



Journal of Management, Economic and Marketing
Research

2020, 4(4): 234-251

DOI: [10.29226/TR1001.2020.207](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.207)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

Examination of the Gift-Purchasing Behavior of Consumers on Special Days Within the Framework of Planned Behavior Theory

Prof. Dr. Muhammed Asif YOLDAŞ, Hitit University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, e-mail: muhammedasifyoldas@hitit.edu.tr,

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-3010-7349>

Nejla DİLEK, Avrasya Üniversitesi, Institute of Social Sciences, e-mail: nejladilek@hotmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4195-8237>

Abstract

When the money spent and the effort exerted by the consumers are considered, special days almost serve as an opportunity for the companies. However, the success of the campaigns designed for special days depends on properly identifying the factors affecting the purchasing behavior of consumers. Here comes into play the Planned Behavior Theory (PBT). In this theory, intention is the primary explanatory variable for the individuals to perform a behavior. On the other hand, the intention is explained by the attitudes towards behavior, subjective norms, and perceived behavioral control. In this study, the purchasing behavior of consumers on special days was examined within the framework of PBT model. Within this scope, it was found that the consumers paid attention the most to the quality, aesthetics, and guarantee when purchasing gift on special days. According to the result of the PBT analysis, it was also found that the variable "Attitude Towards Behavior" made the highest contribution ($=0,483$) to the intention to purchase gift on special days. Furthermore, it was concluded that the variable of intention explained more the gift-purchasing behavior on special days ($=0.402$).

Keywords: Consumer, Purchasing Behavior, Special Days, Planned Behavior Theory

Received: 14.05.2020

Accepted: 22.06.2020

Suggested Citation: Yoldaş, A, M., Dilek, N. (2020). Examination of the Gift-Purchasing Behavior of Consumers on Special Days Within the Framework of Planned Behavior Theory, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 4(4),234-251

© 2020 Journal of Management, Economic and Marketing Research