



Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi

2021, 5(1): 1-14

DOI: [10.29226/TR1001.2021.245](https://doi.org/10.29226/TR1001.2021.245)

ISSN: 2587-0785 Dergi web sayfası: <https://www.yepad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Tüketicilerin İnternet Kullanımı ve E-Alışveriş Tercihleri: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-posta: aograk47@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-4331-8652](https://orcid.org/0000-0003-4331-8652)

Öğr. Gör. Kürşad Seçkin KARAHAN, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van Meslek Yüksekokulu, e-posta: seckinkarahan@yyu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0002-6066-7689](https://orcid.org/0000-0002-6066-7689)

Öz

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre internet hakkında ne düşündüklerini, interneti hangi amaçlarla kullandıklarını, e-alışveriş yapıp yapmadıklarını, yapıyorlarsa ne tür ürünler satın aldıklarını, ne sıklıkla e-alışveriş yaptıklarını ve e-alışveriş hakkındaki görüşlerini belirlemektir. Araştırmanın verileri Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nde öğrenimine devam eden 581 öğrenci ile uygulamalı bir çalışma yürütülerek elde edilmiştir. Veriler SPSS Versiyon 20 İstatistik Programında frekans dağılımı ve Ki-Kare testleri (Chi-Square Test X²) yapılarak yorumlanmıştır. Araştırma bulguları, öğrencilerin interneti en çok sırasıyla; araştırma yapmak, sosyal medya araçlarını kullanmak, müzik dinlemek, e-alışveriş yapmak, e-bankacılık ve e-posta işlemleri için kullandıklarını göstermiştir. Sosyal medya araçları kullanımı, e-bankacılık ve e-posta işlemleri yapan katılımcıların cinsiyete göre farklılık gösterdiği ve bu farkın istatistiki açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. İnternetin zaman kaybı ve sakıncalı bir şey olduğu, internette yapılan reklamların yeteri kadar dikkat çekmediği, e-ticaret hakkında bilgi eksikliği ve güvensizlik bulguları e-ticaret hacmini olumsuz etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: İnternet, İnternet Kullanımı, E-alışveriş, E-Bankacılık, Satın Alma

Makale Gönderme Tarihi: 25.09.2020

Makale Kabul Tarihi: 31.12.2020

Önerilen Atıf: Oğrak, A., Karahan, S, K. (2021). Tüketicilerin İnternet Kullanımı ve E-Alışveriş Tercihleri: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 1-14.

© 2021 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2021, 5(1): 1-14

DOI: [10.29226/TR1001.2021.245](https://doi.org/10.29226/TR1001.2021.245)

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



RESEARCH PAPER

Internet Usage and E-Shopping Preference of Consumers: A Research on Van Yuzuncu Yil University Students

Dr. Abdullah OĞRAK, Van Yüzüncü Yil University, Faculty of Economics and Administrative Science, e-mail: aograk47@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-4331-8652](https://orcid.org/0000-0003-4331-8652)

Lecturer, Kürşad Seçkin KARAHAN, Van Yüzüncü Yil University, Van Vocational High School, e-mail: seckinkarahan@yyu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0002-6066-7689](https://orcid.org/0000-0002-6066-7689)

Abstract

The aim of this study is to determine what university students think about the internet according to their gender, what purposes they use the internet, whether they do e-shopping, what kinds of products they buy if they do, how often they do e-shopping and their opinions about e-shopping. The data of the study was obtained by conducting an applied study with 581 students attending Van Yüzüncü Yil University. The data were interpreted by SPSS Version 20 Statistical Program using frequency distribution and Chi-Square tests (Chi-Square Test X²). The findings of the research were as follows; research, using social media, listening to music, making e-shopping, making e-banking transactions, making e-mail transactions. It was found that participants using social media tools, e-banking transactions and e-mail transactions differed according to gender and this difference was statistically significant. That the internet is a waste of time and something objectionable, the advertisements made on the internet do not attract enough attention, the lack of information about e-commerce and the findings of insecurity negatively affect the e-commerce volume.

Keywords: Internet, Internet Usage, E-Shopping, E-Banking, Purchasing

Received: 25.09.2020

Accepted: 31.12.2020

Suggested Citation: Oğrak, A., Karahan, S, K. (2021). Internet Usage and E-Shopping Preference of Consumers: A Research on Van Yuzuncu Yil University Students, , Journal of Management, Economic and Marketing Research,5(1), 1-14.

© 2021 Journal of Management, Economic and Marketing Research
