



## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİNİN KOMPULSİF SATIN ALMALARINI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Baran ARSLAN\*

Abdullah ÖZ\*\*

### Öz

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin yaş, cinsiyet ve gelir gibi demografik özelliklerinin kompulsif satın almaları üzerine etkilerini incelenmektedir. Kompulsif satın almayı belirleyen temel faktörlere vurgu yapan literatürde, kompulsif satın almada cinsiyet, medeni durum ve gelirin göreceli önemi üzerine farklı görüşler ortaya konulmuştur. Harran Üniversitesi'nde eğitim gören 1257 öğrenciye uygulanan anket istatistiksel olarak analiz edilerek, çalışmada kompulsif satın almayı etkileyen en önemli demografik faktörlerin sırasıyla cinsiyet, medeni durum ve aile geliri olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmada aynı zamanda demografik özelliklerden yaş'ın öğrencilerin kompulsif satın alma üzerine etkili olmadığı belirlenmiştir. Bu analiz sonucunda, bu çalışma öğrencilerin demografik özellikleri ile kompulsif satın alma eğilimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kompulsif Satın Alma, Tüketim, Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş, Aile Geliri.

### THE EFFECTS OF DEMOCRATIC CHARACTERISTICS OF UNIVERSITY STUDENTS ON THEIR COMPULSIVE BUYING

#### Abstract

This study examines the effects of democratic characteristics such as age, gender, and household income of university students on their compulsive buying. Emphasizing the main determinants of compulsive buying, previous research has been divided about the relative importance of gender and income, in compulsive buying. Utilizing an individual level survey data of 1257 students in Harran University, this study finds that the most important democratic factors that determine the compulsive buying are gender, marital status, and household income, respectively. This study also finds that of the democratic characteristics, age has no impact on students' compulsive buying. From this analysis, the study shows that there is a statistically significant relationship between student's democratic characteristics and their propensity of compulsive buying.

**Keywords:** Compulsive Buying, Consumption, Gender, Marital Status, Age, Household Income.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde globalleşmenin bir sonucu olarak rasyonel olmayan satın alma davranışlarının arttığı görülmektedir. Tüketimin ihtiyaç nedeni olmayıp arzulara dayalı hale gelmiş olması rasyonel olmayan satın alma türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Rasyonel olmayan satın alma davranışında insanlar belirli bir karar alma aşamasından geçmezler. Kompulsif satın alma davranışı da rasyonel olmayan satın alma türlerinden birisidir. Kompulsif satın alma davranışı kişinin kendisini ve çevresindekileri zor durumda bırakabilmektedir. Tüketici satın alma davranışlarındaki araştırmaların çoğu rasyonel satın alma davranışları ile ilgilidir. Kompulsif satın alma davranışı içsel dürtülerle gerçekleşen ve satın alım yapan kişilerin hayatlarını kontrollerinde ciddi kayıplar yaratan bir satın alma

\* Yrd.Doç.Dr., Harran Üniversitesi İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, barslan@harran.edu.tr

\*\* Araş.Gör., Harran Üniversitesi İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, abdullah.amaira@harran.edu.tr



şeklidir. Kompulsif satın alma davranışı ile ilgili yapılan çalışmalara baktığımızda, kompulsifliğinde çok psikolojik nedenli olduğu vurgulanmaktadır. Ancak kompulsif satın alma davranışını sadece psikolojik nedenlere bağlı olarak açıklamak yeterli değildir.

## 2. LİTERATÜR

### 2.1. Kompulsif Satın Alma

O'Guinn ve Faber (1989) kompulsif satın almayı, defalarca tekrar edilen ve bu tekrarlar sonucunda kişiye ve çevresindekilere zarar verebilecek engellenemeyen bir dürtüyle sahip olma arzusu olarak tanımlamaktadırlar. Black (2001) ise kompulsif satın almayı, satın alma dürtüsünün, satın alma davranışı üzerinde kontrol sahibi olamamak ya da az bir kontrol sahibi olmak olarak tanımlamıştır. Kompulsif satın alma, takıntılı şekilde alışveriş yapmayı, alışveriş yapmayı düşünmeyi ve alışveriş yapmak ile ilgili planlar kurmayı içermektedir (Ünsalver, 2011: 19).

Kompulsif satın alma, hem kompulsif bozukluk hem de dürtü kontrol bozukluğu olmak üzere iki başlık altında değerlendirilen bir konu olmuştur. Bunun nedeni ise, bazen takıntılı ve kimi zamanda dürtüsel davranışlar aşırı alışveriş yapma davranışının nedeni olabilmektedir (Ünsalver, 2011 : 19- 20). Kompulsif satın alım yapan tüketicilerde ani, dürtüsel, takıntılı, kontrol edilemeyen bir şekilde satın alma eğilimi vardır ve satın alım öncesinde ve satın alım esnasında sonuçlar üzerine düşünmezler (Rao, 2013: 2). Kompulsif eğilimdeki tüketiciler satın alım öncesinde yoğun bir istek duymakta, satın alım esnasında çokça keyif almakta ve satın alım sonrasında da utanç ve pişmanlık hissetmektedirler (Kearney Ve Stevens, 2012: 236). Faber Ve O'Guinn (1992) bireyleri kompulsif davranmaya iten faktörleri kişinin psikolojik durumu, çevresindeki bir gruba ait olma ve statü sahibi olma gibi faktörler olarak belirtmişlerdir. Eğer kişinin özgüveni düşükse, bu sorunu sürekli olarak satın alma yaparak çözmeye çalışmaktadır. Satın alım sonrası birey rahatlar ancak bir süre sonra suçluluk ve pişmanlık hissetmeye başlar (Arslan, 2015:29).

Kompulsif satın alım, aşırı ve sık yapılan satın alım demektir. Satın alınan şeyler genellikle kullanılmaz. Popüler kültür unsurları, bireyleri ihtiyacından fazla harcamaya yönlendirmekte, yeni ihtiyaçlar ortaya çıkarmakta ve "tüketim iyi, daha fazla tüketim daha iyidir" sloganı ile tüketime yönlendirmektedir (Kuzu ve Özveren, 2011:69)

Kompulsif satın alma davranışları bağımlılık yapıcı davranışlar olarak tanımlanmaktadır ve kompulsif olan alıcılar özgüven düşüklüğü, endişe ve olumsuz-negatif duygusallıkları ile tanımlanmaktadır (Christenson ve diğerleri, 1994; Elliott, 1994; Park, Cho, ve Seo, 2006; Valence ve diğerleri, 1988; Lee, Lenno, Ve Rudd, 2000; Natarajan ve Goff, 1992; Desarbo ve Edwards, 1996). Kompulsif davranışta birey bağımlı gibi olmakta ve kompulsif davranışlar sergileyerek stres ve endişelerinin üstesinden gelmeye çalışmaktadır (Arslan, 2015:28). Valence ve diğerleri (1988) kompulsif davranışa etki eden üç faktör olduğunu belirtmişlerdir: yüksek bilişsel kontrol , güçlü duygusal aktivasyon ve yüksek tepkime. Yazarlar endişe yüksekliği, özgüven düşüklüğü ve kompulsif davranışa neden olan doğuştan var olan özellikler ile ilgili 13 maddesi bulunan bir ölçek geliştirmişlerdir.

### 2.2. Kompulsif Satın Alma Ve Demografik Faktörler



Kompulsif satın alma davranışına sebep olan faktörler farklı disiplinlerce daha önce birçok defa araştırılmıştır. Araştırmalar, psikolojik faktörlerin ve demografik faktörlerin kompulsiflik üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (Natarajan ve Goff, 1992; Kyrios, Frost, ve Steketee, 2004; Dittmar, 2004; Miller, 1980; Dittmar ve Drury, 2000; Mowen ve Spears, 1999; Faber ve O’Guinn, 1992; Kellett ve Totterdell, 2008). Bazı araştırmalar kompulsif eğilimin üniversite öğrencileri arasında daha yoğun bir şekilde olduğunu göstermektedir (Roberts ve Jones, 2001; Yurchisin ve Johnson, 2004 ; Xu, 2008;).

Cinsiyetin kompulsif satın alma üzerindeki etkisini belirlemek için yapılan ilk araştırma Kraepelin’in çalışmasıdır. Bu çalışmada kompulsif tüketicilerin sadece kadınlardan oluştuğu sonucuna varılmıştır (Kearney ve Stevens, 2012: 239). Sonrasında , O’Guinn ve Faber (1989) tarafından yapılan çalışmada kompulsif tüketicilerin %95’inin kadın olduğu belirtilmiştir. Campell (1997) ise yaptığı çalışmada, erkeklerin alışverişte daha çok para harcadıklarını, kadınların ise alışverişte daha fazla zaman geçirdiklerini vurgulamıştır. Bu konuda yapılan ilk çalışmaların aksine, Kearney ve Stevens (2012) kompulsif satın alma eğilimleri bakımından kadın ve erkek arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucuna varmışlardır. Bu sonucu destekleyen diğer çalışmalar da cinsiyetin kompulsif satın almayı etkilemediğini göstermektedir (Magee, 1994; Billieux Ve Diğerleri, 2008 ; Koran Ve Diğerleri, 2006).

Yapılan araştırmalar yaş faktörünün kompulsif satın alma üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. O’Guinn ve Faber (1989) yaptıkları çalışmada genç tüketicilerin daha çok kompulsif eğilimli olduklarını belirtmişlerdir. Yapılan çalışmalar, genç tüketicilerin yaşlı tüketicilere oranla daha fazla kompulsif satın alma yaptıklarını göstermektedir (Christenson ve diğerleri, 1994; Schlosser ve diğerleri, 1994; Dittmar, 2005). Diğer yandan bazı çalışmalarda da yaş faktörü ve kompulsif satın alma arasında bir ilişki bulunamamıştır (Scherhon, 1990; Lee ve diğerleri, 2000 ; Black ve diğerleri, 1998 ; Billieux ve diğerleri, 2008).

Bazı çalışmalar gelir ve kompulsif satın alma arasında bir ilişki gösterirken, bazı araştırmalarda ise gelir ve kompulsif satın alma arasında bir ilişkiye rastlanılmamıştır. O’Guinn ve Faber (1989) yaptıkları araştırmada gelirin önemli ölçüde kompulsif satın almayı etkilediğini belirtmişlerdir. Roberts (1998) tarafından yapılan çalışmada ise gelir ve kompulsif satın alma arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Diğer yandan D’astous (1990) tarafından yapılan çalışmada ise gelir ile kompulsif satın alma arasında ters ilişki olduğu görülmektedir.

Villarino ve Lopez (2001) ve Kyrios ve diğerleri (2004) yaptıkları araştırmalarda medeni durumun kompulsif satın almayı etkilediğini belirtmişlerdir.

*H1: Üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ile kompulsif satın almaları arasında ilişki vardır.*

### 3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerinin kompulsif satın almaları üzerindeki etkisinin belirlenmesi ve analiz sonucunda elde edilen bilgilerle literatüre katkı sağlamanın yanında, pazarlama uygulamacı ve akademisyenlerine bu doğrultuda fikir verebilmektir.



Araştırmanın ana kütesini üniversite öğrencileri oluşturmaktadır ve çalışma Harran Üniversitesi öğrencileri üzerinde uygulanmıştır. Araştırmanın örnekleme; ulaşılabilir bireylerin örnek kapsamına dahil edildiği kolayda örneklemedir. Araştırma için gerekli olan veriler, anket metodu uygulanarak toplanmıştır ve anketler 01.10.2015 ile 30.11.2015 tarih aralığında Harran Üniversitesi öğrencilerine öğrenci otomasyonu üzerinden uygulanmıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların cinsiyeti, yaşı, medeni durumu ve ailenin gelir durumu gibi demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde kompulsif satın alma davranışını ölçmeye yönelik olan Valence ve diğerleri (1988) tarafından geliştirilmiş 13 maddelik bir ölçek yer almaktadır.

Oluşturulan anket formu Harran Üniversitesinde eğitim gören 1257 öğrenciye uygulanmıştır. Anketler edit edildikten sonra 1241 kişi üzerinden değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Ölçeklerde 5'li likert ölçeği kullanılmıştır.

### 3.1. Verilerin Analizi

#### 3.1.1. Bulgular

Tablo 1:Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum, ve Ailenin Toplam Aylık Gelirine İlişkin Frekans Dağılımları

Değerler	Sıklık	Yüzdellik	Değerler	Sıklık	Yüzdellik
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Kadın	494	39,8	Evli	108	8,7
Erkek	747	60,2	Bekar	1133	91,3
<b>Toplam</b>	<b>1241</b>	<b>100</b>	<b>Toplam</b>	<b>1241</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>			<b>Ailenizin Toplam</b>		
17-19	187	15,1	<b>Aylık Geliri</b>		
20-22	612	49,3	1000 TL ve altı	568	45,8
23-25	269	21,7	1001-2000 TL	322	25,9
26 ve yukarısı	173	13,9	2001-3000 TL	211	17
<b>Toplam</b>	<b>1241</b>	<b>100</b>	3001-4000 TL	64	5,2
			4001-5000 TL	23	1,8
			5001 TL ve üstü	53	4,3
			<b>Toplam</b>	<b>1241</b>	<b>100</b>

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde, katılımcıların %39,8'i kadın, %60,2'si erkek bireylerden oluşmaktadır. Ankete katılanların yaş dağılımı ise %15,1 17-19 yaş, %49,3 20-22 yaş, %21,7 23-25 yaş, %13,9 26 yaş ve üzerindedir. Ankete katılanlar medeni durum açısından değerlendirildiğinde %8,7'sinin evli, %91,3'ünün bekar olduğu görülmektedir. Ailenin aylık toplam gelir dağılımında en yüksek oranla %45,8'inin 1000 TL ve altında olduğu görülmektedir.



### 3.1.2. Faktör Analizi Ve Güvenirlilik Analizi

Kompulsif satın alma davranışını ölçmeye yönelik olarak veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını tespit edem KMO değeri (0,951) faktör analizi yapılabilmesi için uygun bir değerdir. Yine aynı sebeple yapılan Bartlett testi Significance = 0,000 olduğundan ve  $p < 0.05$  olmasından dolayı verilerin faktör analizi için uygun olduğuna karar verilmiştir.

Kompulsif satın alma davranışını ölçen ölçeğe yapılan faktör analizi sonucunda, ölçekte yer alan 13 ifadenin tümünün faktör yükleri 0,50'nin altında olduğu görülmektedir.

**Tablo 2:** Kompulsif Satın Alma Ölçeği Maddelerine İlişkin Faktör Yükleri Ve Güvenirlilik Analizi

Kompulsif Satın Alma Ölçek Maddeleri	Yük Değerleri	Cronbach's Alfa: ,923
Param olduğunda hepsini ya da bir kısmını harcamadan duramam.	,765	,952
Sıklıkla anlık satın alma yaparım.	,854	,924
Benim için, alışveriş yapma günlük yaşam stresleriyle bir yüzleşme ve rahatlama yoludur.	,820	,875
Bazen içimden bir şeylerin beni alışverişe gitmeye zorladığımı, dürttüğünü hissederim.	,723	,826
Zaman zaman bir şeylere satın almaya yönelik aşırı isteğim olur.	,816	,821
Ara sıra, bir eşyayı satın aldıktan sonra, onu almam mantıksız geldiği için kendimi suçlu hissederim.	,752	,861
Satın aldığım bazı eşyaları, onu satın almamın çok mantıksız olduğunun düşünülmesinden korktuğum için hiç kimseye göstermem.	727	,901
Sıklıkla alışverişe gitme ve bir şeyler satın almaya yönelik açıklayamadığım arzu ve ani ve kendiliğinden gelişen isteklerim olur.	,795	,912
Bir alışveriş merkezine girer girmez, bir dükkana girip bir şeyler satın alma şeklinde dayanılmaz isteklerim oluşur.	,854	,786
Eve gelen satış ilanları ya da reklamlarına hemen yanıt veren biriyimdir.	,790	,878
Sıklıkla geriye çok az param kaldığını bilmeme karşın, ihtiyacım olmayan bir ürünü satın alırım.	,741	,814
Savurgan biriyimdir.	,882	,829
Bazen “tekrar yapmam gerekseydi, ..... yapardım” şeklinde düşünürüm ve yaptığımdan ya da söylediğimden dolayı pişmanlık duyarım.	,817	,847

**KMO = 0,951**



**Toplam Açıklanan Varyans = 68,185**

### 3.2. Hipotezlerin Test Edilmesi

**Tablo 3:** Cinsiyete ve Medeni Duruma Göre Kompulsif Satın Alma Davranışına Yönelik t-Testi Sonuçları

	N	Mean	T	Sig.
<b>Kadın</b>	494	4,7548	,405	<b>,002</b>
<b>Erkek</b>	747	4,5287		
<b>Evli</b>	108	4,6125	,387	<b>,029</b>
<b>Bekar</b>	1133	4,8042		

Üniversite öğrencilerinin cinsiyetine ve medeni durumuna göre kompulsif satın alma davranışlarında fark olup olmadığını ölçmek için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Cinsiyete göre yapılan t-testleri sonucunda ulaşılan değer  $p=,002 < 0,05$  olmasından dolayı ve medeni duruma göre yapılan t-testleri sonucunda ulaşılan değer  $p=,029 < 0,05$  olmasından dolayı cinsiyet ve medeni durum açısından üniversite öğrencilerinin kompulsif satın alma davranışlarında farklılık söz konusudur. Cinsiyet ve medeni durum kompulsif satın alma üzerinde etkilidir.

**Tablo 4:** Yaş Durumuna Göre Kompulsif Satın Alma Davranışına Yönelik T-Testi Sonuçları

Yaş	Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig.
<b>BetweenGroups</b>	2,260	3	,753	1,050	,370
<b>WithinGroups</b>	888,021	1237	,718		
<b>Total</b>	890,282	1240			

Yaş durumuna göre yapılan t-testleri sonucunda ulaşılan değer  $p=,370 > 0,05$  olmasından dolayı üniversite öğrencilerinin yaşının, kompulsif satın alma davranışını etkilemediği sonucuna varılmıştır.

**Tablo 5:** Ailenin Gelir Durumuna Göre Kompulsif Satın Alma Davranışına Yönelik t-Testi Sonuçları

Aile Geliri	Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig.
<b>BetweenGroups</b>	7,740	5	1,548	2,166	,049
<b>WithinGroups</b>	882,542	1235	,715		



<b>Total</b>	890,282	1240			
--------------	---------	------	--	--	--

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin ailenin toplam aylık gelirin'e göre yapılan t-testleri sonucunda ailenin toplam aylık geliri için ulaşılan değer  $p=,049 < 0,05$  olmasından dolayı ailenin toplam aylık gelirin'inin kompulsif satın alma davranışını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 6:** Kompulsif Satın Alma Davranışına Yönelik İfadelerin Demografik Özellikler Bağlamında Farklılık gösterip Göstermediğine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi

Maddeler	Demografik Faktörler	F	P
Param olduğunda hepsini ya da bir kısmını harcamadan duramam.	Cinsiyet	3,215	0,001
	Ailenin toplam geliri	2,245	0,004
Sıklıkla anlık satın alma yaparım.	Cinsiyet	4,874	0,000
	Ailenin toplam geliri	2,145	0,007
Benim için, alışveriş yapma günlük yaşam stresleriyle bir yüzleşme ve rahatlama yoludur.	Cinsiyet	2,005	0,015
	Ailenin toplam geliri		
Bazen içimden bir şeylerin beni alışverişe gitmeye zorladığımı, dürttüğünü hissedirim.	Cinsiyet	1,689	0,002
	Medeni durum	2,225	0,0043
Zaman zaman bir şeylere satın almaya yönelik aşırı isteğim olur.	Ailenin toplam geliri	1,235	0,04
Ara sıra, bir eşyayı satın aldıktan sonra, onu almam mantıksız geldiği için kendimi suçlu hissedirim.	Cinsiyet	3,485	0,000
	Medeni durum	2,548	0,004
	Ailenin toplam geliri	2,201	0,001
Satın aldığım bazı eşyaları, onu satın almamın çok mantıksız olduğunun düşünülmesinden korktuğum için hiç kimseye göstermem.	Cinsiyet	2,108	0,012
	Ailenin toplam geliri	2,110	0,01
Sıklıkla alışverişe gitme ve bir şeyler	Cinsiyet	12,058	0,000



satın almaya yönelik açıklayamadığım arzu ve ani ve kendiliğinden gelişen isteklerim olur.	Medeni durum	7,258	0,001
Bir alışveriş merkezine girer girmez, bir dükkana girip bir şeyler satın alma şeklinde dayanılmaz isteklerim oluşur.	Cinsiyet	3,480	0,001
	Medeni durum	3,296	0,003
	Ailenin toplam geliri	2,795	0,011
Eve gelen satış ilanları ya da reklamlarına hemen yanıt veren biriyimdir.	Cinsiyet	2,680	0,008
Sıklıkla geriye çok az param kaldığını bilmeme karşın, ihtiyacım olmayan bir ürünü satın alırım.	Medeni durum	3,208	0,008
	Ailenin toplam geliri	2,885	0,003
Savurgan biriyimdir.	Cinsiyet	3,549	0,039
	Ailenin toplam geliri	2,847	0,001
Bazen “tekrar yapmam gerekseydi, ..... yapardım” şeklinde düşünürüm ve yaptığımdan ya da söylediğimden dolayı pişmanlık duyarım.	Cinsiyet	3,622	0,000
	Ailenin toplam geliri	3,884	0,027

Kompulsif satın alma ölçeğindeki 13 ifadenin her biri için ayrı ayrı tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. 11 ifadede demografik özelliklerden cinsiyet faktöründe, 10 ifadede ailenin toplam gelir faktöründe ve 5 ifadede de medeni durum faktöründe kompulsif satın alma eğiliminde farklılıklar tespit edilmiştir.

#### 4. SONUÇ

Bireylerikompulsif satın almaya iten birçok faktör söz konusudur. Bu faktörlerden demografik faktörler bu çalışmada ele alınmaktadır. Çalışmada üniversite öğrencilerinin demografik özellikleri ile kompulsif satın almaları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine göre kompulsif satın almalarında fark olup olmadığını ölçmek için yapılan analizler sonucunda cinsiyet, medeni durum ve ailenin toplam aylık geliri'nin üniversite öğrencilerinin kompulsif satın almaları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Kompulsif satın alma ölçeğindeki 13 ifadenin her biri için ayrı ayrı tek yönlü varyans analizi yapıldı. Farklılık olduğu belirlenen 11 ifadenin her biri için kadın katılımcıların kompulsif satın almalarının erkek katılımcılara oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklılık olduğu belirlenen 10 ifadenin her biri için yüksek gelirli katılımcıların kompulsif satın almalarının düşük gelirli olanlara oranla daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklılık olduğu belirlenen 5 ifadede de bekar katılımcıların evli





olanlara oranla daha yüksek kompulsif satın alma yaptıkları belirlendi. Sonuç olarak kompulsif satın alma ölçeğindeki ifadelerin tümünde demografik özellikler açısından farklılıklara rastlanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular literatürdeki bazı çalışmalarla benzer niteliktedir (Natarajan ve Goff, 1992; Kyrios, Frost ve Steketee, 2004; Dittmar, 2004; Miller, 1980; Dittmar ve Drury, 2000; Mowen ve Spears, 1999; Faber ve O'Guinn, 1992; Kellett ve Totterdell, 2008; Roberts ve Jones, 2001; Yurchisin ve Johnson, 2004 ; Xu, 2008; Kearney ve Stevens, 2012). Yapılan analizler sonucunda katılımcıların yaşı ile kompulsif satın almaları arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır. Elde edilen sonuç literatürdeki bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Scherhon, 1990; Lee ve diğerleri, 2000 ; Black ve diğerleri, 1998 ; Billieux ve diğerleri, 2008).

Tüketicilerin kompulsif satın almalarındaki farklılıklarının demografik özellikler bağlamında saptanması amacıyla yapılan bu çalışma hem literatür hem de uygulamada pazarlama yöneticilerine önemli bilgiler sunmaktadır. Kompulsif satın alma ile ilgili çalışmalar tüm dünyada giderek artmaktadır. Dolayısı ile kompulsif satın almayı etkileyen faktörlerin belirlenmesi kuşkusuz araştırmacılar için önem arz etmektedir. Bu çalışma kompulsif satın alma ile demografik özellik ilişkisinin saptanması açısından sonraki çalışmalara rehber niteliğindedir.

Araştırma Türkiye'de Şanlıurfa'da bulunan Harran Üniversitesi öğrencileri arasında yapılmıştır. Bu çalışmanın farklı üniversitelerdeki öğrenciler üzerinde ve daha büyük bir örnek kütle ile yapılabilmesi kıyaslama ve genelleme yapabilmek açısından fayda sağlayacaktır.

## KAYNAKÇA

- Arslan, B. (2015). Kredi Kartı Kullanımının Kompulsif Satın Almaya Etkisi. Online AcademicJournal Of Information Technology, 5, 20, 27-40.
- Billieux, J., Rochat, L., Rebetez M. M. L. ve Van Der Linden, M. (2008). AreAllFacets Of ImpulsivityRelatedTo Self-ReportedCompulsiveBuyingBehaviour?. PersonalityAndIndividualDifferences, 44, 6, 1432- 1442.
- Black, D. W., Monahan, P., Schlosser, S. ve Repertinger, S.(2001). CompulsiveBuyingSeverity: An Analysis Of CompulsiveBuyingScaleResultsIn 44 Subjects. TheJournal Of NervousAndMentalDisease, 189, 2, 123- 126.
- Black, D. W., Repertinger, S., Gaffney, G. R. ve Gabel, J. (1998). FamilyHistoryAndPsychiatricComorbidity İn PersonsWithCompulsiveBuying: 240 Preliminary Findings. TheAmericanJournal Of Psychiatry, 155, 7, 960-963.
- Campell, C. (1997). Shopping, PleasureAndSexWar. P, Falk Ve C. Campell (Ed. ), TheShoppingExperience. London: Sage. 166-177.
- Christenson, G., Faber, R., Zwaan, M., Raymond, N. C., Specker, S. M., Ekern, M. D., Mackenzie, T. B., Crosby, R. D., Crow, S. J., Eckert, E. D., Mussell, M. P. ve Mitchell, J. E. (1994). CompulsiveBuying: DescriptiveCharacteristicsAndPsychiatricComorbidity. Journal Of ClinicalPsychiatry. 55, 5-11.



- D'astous, A. (1990). An Inquiry Into The Compulsive Side Of 'Normal' Consumers. *Journal Of Consumer Policy*, 13, 15–32.
- Desarbo, W. S. ve Edwards, E. A. (1996). Typologies Of compulsive Buying Behavior: A Constrained Clusterwise Regression Approach. *Journal Of Consumer Psychology*, 5, 3, 231–262.
- Dittmar H. (2004). Understanding And Diagnosing Compulsive Buying. In *Handbook Of Addictive Disorders: A Practical Guide To Diagnosis And Treatment* (Ed. Rh Coombs), Wiley, Nj.
- Dittmar, H. (2005). A New Look At 'Compulsive Buying': Self-Discrepancies And Materialistic Values As Predictors Of Compulsive Buying Tendency. *Journal Of Social And Clinical Psychology*, 24, 6, 832-859.
- Dittmar, H. (2005). Compulsive Buying – A Growing Concern? An Examination Of Gender, Age, And Endorsement Of Materialistic Values As Predictors. *British Journal Of Psychology*, 96, 4, 467-491.
- Dittmar, H. ve Drury, J. (2000). Self-İmage—Is It In The Bag? A Qualitative Comparison Between "Ordinary" And "Excessive" Consumers. *Journal Of Economic Psychology*, 21, 109–142.
- Elliott, R. (1994). Addictive Consumption: Function And Fragmentation İn Postmodernity. *Journal Of Consumer Policy*, 17, 159–179.
- Faber, R. J. ve O'Guinn, T. C. (1992). A Clinical Screener For Compulsive Buying. *Journal Of Consumer Research*. 19. 3, 459-469.
- Kearney, M. ve Stevens, L. (2012). Compulsive Buying: Literature Review And Suggestion For Future Research. *The Marketing Review*, 12. 3, 233-251.
- Kellett, S. ve Totterdell, P. (2008). Compulsive Buying: A Field Study Of Mood Variability During Acquisition Episodes. *The Cognitive Behaviour Therapist*, 1, 16–26.
- Koran, L. M., Faber, R. J., Aboujaoude, E., Large, M. D. ve Serpe, R. T. (2006). Estimated Prevalence Of Compulsive Buying İn The United States. *The American Journal Of Psychiatry*, 163, 10, 1806-1812.
- Kuzu, A. Ve Özveren, H. (2011). Tüketilen Tüketici. *Saü Fen Edebiyat Dergisi*, 61-72.
- Kyrios, M., Frost, R. O. ve Steketee, G. (2004). Cognitions İn Compulsive Buying And Acquisition. *Cognitive Therapy And Research*, 28, 2, 241–258.
- Lee, S. H., Lennon, S. J. ve Rudd, N. A. (2000). Compulsive Consumption Tendencies Among Television Shoppers. *Family And Consumer Sciences Research Journal*, 28, 4, 463-488.
- Magee, A. (1994). Compulsive Buying Tendency As A Predictor Of Attitudes And Perceptions. *Advances İn Consumer Research*, 21, 1, 590-594.



- Miller, P. M. (1980). Theoretical And Practical Issues In Substance Abuse Assessment And Treatment. In W. R. Miller (Ed.), The Addictive Behaviors (Pp. 265–290). Oxford, England: Paragon.
- Mowen, J., ve Spears, N. (1999). Understanding Compulsive Buying Among College Students: A Hierarchical Approach. *Journal Of Consumer Psychology*, 8, 4, 407–430
- Natarajan, R. ve Goff, B. G. (1992). Manifestations Of Compulsiveness In The Consumer-Marketplace Domain. *Psychology & Marketing*, 9, 1, 31–44.
- O’Guinn, T. C. ve Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal Of Consumer Research*, 16, 2, 147-157.
- Park, T.Y., Cho, S.H. ve Seo, J. H. (2006). A Compulsive Buying Case: A Qualitative Analysis By The Grounded Theory Method. *Contemporary Family Therapy*, 28, 239–249.
- Rao, V. G. (2013). Compulsive Buying Tendencies In Normal Consumers The India Experience. *Vilakshan, Ximb Journal*. 10. 1, 1-19.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive Buying Among College Students: An Investigation Of Its Antecedents, Consequences And Implications For Public Policy. *Journal Of Consumer Affairs*, 32, 2, 295-318.
- Roberts, J., ve Jones, E. (2001). Money Attitudes, Credit Card Use, And Compulsive Buying Among American College Students. *Journal Of Consumer Affairs*, 35(21), 213–240.
- Scherhorn, G., Reisch, L. A. ve Raab, G. (1990). Addictive Buying In West Germany: An Empirical Study. *Journal Of Consumer Policy*, 13, 355–388.
- Schlosser, S., Black, D.W., Repertinger, S. ve Freet, D. (1994). Compulsive Buying: Demography, Phenomenology, And Comorbidity In 46 Subjects. *General Hospital Psychiatry*. 16, 205–212.
- Ünsalver, Ö. B. (2011). Alışveriş kolik. İstanbul: Timaş Yayıncılık.
- Valence, G., D’astous, A. ve Fortier, L. (1988). Compulsive Buying: Concept And Measurement. *Journal Of Consumer Policy*, 11, 419-433.
- Villarino, R. Ve Lopez, J. (2001). I Shop Therefore I Am: Compulsive Buying And The Search For Self. *Journal Of Consumer Policy*, 24. 3/4, 443-460.
- Xu, Y. (2008). The Influence Of Public Self-Consciousness And Materialism On Young Consumers’ Compulsive Buying. *Young Consumers: Insight And Ideas For Responsible Marketers*, 9, 1, 37– 48.
- Yurchisin, J. ve Johnson, K. K. P. (2004). Compulsive Buying Behavior And Its Relationship To Perceived Social Status Associated With Buying, Materialism, Self-esteem, And Apparel-Product Involvement. *Family And Consumer Sciences Research Journal*, 32, 3, 291–314.