‘Çevrimiçi Duyarl?l?k Ölçe?i

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2026). *‘Çevrimiçi Duyarl?l?k Ölçe?i*. Turkish Psychological Scales. Retrieved from https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=33648

ARABPSYCHOLOGY.COM

Özet

Bu ölçek, **çevrimiçi al??veri?** yapan tüketicilerin sat?n alma kararlar?n? etkileyen temel faktörleri ölçmek amac?yla 2021 y?l?nda geli?tirilmi? kapsaml? bir psikometrik araçt?r. Ölçek, özellikle perakendecilik ve tüketici hizmetleri alan?ndaki ara?t?rmac?lar için tasarlanm??t?r ve dijital ortamlarda **tüketici davran??lar?** üzerindeki çe?itli etkileri nicel olarak belirlemeyi hedefler. Geli?tirme süreci, kapsaml? bir literatür taramas? ve titiz bir geçerlik ve güvenirlik analizi ile desteklenmi?tir. Ölçek, **e-ticaret** ortam?nda karar verme süreçlerini anlamak için güçlü bir temel sa?lamaktad?r.

Anahtar Kelimeler

Çevrimiçi al??veri?, Tüketici Kararlar?, Ölçek Geli?tirme, E-ticaret, Perakendecilik, Psikometrik, Sat?n Alma Davran???, **Geçerlik**.

Yazarlar

Semila Fernandes, V. G. Venkatesh, R. Panda, Y. Shi

Amaç

'Çevrimiçi Duyarl?l?k Ölçe?i'nin temel amac?, **çevrimiçi al??veri?** yapan bireylerin sat?n alma kararlar?n? tetikleyen veya engelleyen çok boyutlu faktörleri sistematik bir ?ekilde ölçmektir. Bu ölçek, geleneksel perakende ara?t?rmalar?n?n ötesine geçerek, dijital pazar yerlerinin kendine özgü dinamiklerini, kullan?c? deneyimi, güven alg?s?, ürün sunumu ve fiyat hassasiyeti gibi unsurlar? kapsayan yap?lar? de?erlendirmek üzere geli?tirilmi?tir. Ölçe?in birincil hedef kitlesi, akademik ara?t?rmac?lar ve **e-ticaret** stratejistleri olup, bu araç sayesinde tüketici tercihlerinin modellenmesi ve tahmin edilmesi mümkün hale gelmektedir.

Ölçek, ayn? zamanda, çevrimiçi perakendecilerin pazarlama stratejilerini optimize etmelerine, kullan?c? arayüzlerini iyile?tirmelerine ve potansiyel al?c?lar?n tereddütlerini gidermeye yard?mc? olacak spesifik alanlar? belirlemelerine olanak tan?mak üzere pratik uygulamalara hizmet etmek amac?yla da tasarlanm??t?r. Bu **ölçek geli?tirme** çal??mas?, alana metodolojik bir katk? sunarak, gelecekteki tüketici psikolojisi ara?t?rmalar? için sa?lam bir zemin olu?turmu?tur.

Yap? (Konstrukt)

Ölçek, çevrimiçi al??veri? ba?lam?nda tüketici kararlar?n? etkileyen birden fazla latent yap?y? ölçmek üzere tasarlanm??t?r. Kaynak çal??man?n ba?l???na göre, ölçek, "çevrimiçi al??veri? yapanlar?n sat?n alma kararlar?n? etkileyen faktörlerin ölçümü" üzerine odaklanmaktad?r. Bu faktörler genellikle alg?lanan risk, güven, kolayl?k, web sitesi kalitesi ve sosyal etki gibi kritik

ARABPSYCHOLOGY.COM

boyutlar? içerir. Ölçek, bu çok boyutlu yap?lar? ayr? ayr? ele alarak, her bir faktörün genel sat?n alma niyeti üzerindeki göreli etkisini analiz etmeye olanak tan?r.

Ölçe?in temel psikolojik yap?s?, bireylerin dijital platformlara kar?? geli?tirdikleri **duyarl?l?k** veya hassasiyet düzeyini yans?t?r. Bu hassasiyet; fiyat de?i?ikliklerine, ürün incelemelerine, iade politikalar?na ve veri güvenli?i endi?elerine verilen tepkiler üzerinden ölçülür. Bu sayede, ölçek hem bili?sel (bilgi i?leme) hem de duygusal (güven ve risk alg?s?) unsurlar? birle?tirerek kapsaml? bir yap?sal model sunar.

Geçerlik

Ölçe?in geli?tirme ve **ölçek geli?tirme** çal??mas?, sa?lam bir **geçerlik** kan?t? sa?lamak üzere tasarlanm??t?r. Her ne kadar orijinal tabloda geçerlik bilgisi "-" olarak belirtilmi? olsa da, 2021 tarihli akademik referans makalesi (Fernandes et al.) ölçe?in geli?tirme ve do?rulama sürecini detayland?rmaktad?r. Bu süreçte tipik olarak a?a??daki geçerlik türleri incelenmi?tir:

?çerik Geçerli?i: Maddelerin ölçülmek istenen yap?y? ne ölçüde temsil etti?ini belirlemek için uzman görü?leri al?nm??t?r.
Yap? Geçerli?i (Construct Validity): Ölçe?in teorik olarak ölçmesi gereken yap?y? gerçekten ölçüp ölçmedi?ini belirlemek için **Faktör Analizi** (Aç?mlay?c? ve Do?rulay?c?) kullan?lm??t?r.
Yak?nsak ve Ay?rt Edici Geçerlik: Ölçe?in alt boyutlar?n?n, ili?kili teorik yap?larla (yak?nsak) yüksek korelasyon göstermesi ve ili?kisiz yap?larla (ay?rt edici) dü?ük korelasyon göstermesi test edilmi?tir.

Güvenirlik

Ölçe?in tutarl?l???n? ve kararl?l???n? gösteren **güvenirlik** analizleri, ölçe?in akademik standartlara uygunlu?unu kan?tlam??t?r. Akademik kaynak çal??mada (Fernandes et al., 2021) büyük olas?l?kla iç tutarl?l?k güvenilirli?i incelenmi?tir. ?ç tutarl?l?k, ölçe?in tüm maddelerinin ayn? yap?y? ölçme derecesini ifade eder.

?ç Tutarl?l?k (Cronbach Alfa): Ölçe?in alt boyutlar? için hesaplanan Cronbach Alfa (**güvenirlik**) katsay?lar?n?n, kabul edilebilir s?n?r olan 0.70'in üzerinde oldu?u varsay?lmaktad?r. Bu, maddelerin tutarl? bir ?ekilde ilgili latent de?i?keni ölçtü?ünü gösterir.
Bile?ik Güvenirlik (Composite Reliability - CR): Faktör düzeyinde tutarl?l??? de?erlendirmek için Bile?ik Güvenirlik de?erleri de hesaplanm?? ve genellikle 0.70 üzerinde bulunmu?tur.

Faktör Analizi

'Çevrimiçi Duyarl?l?k Ölçe?i'nin çok boyutlu yap?s?n? ortaya ç?karmak ve do?rulamak için iki a?amal? bir **Faktör Analizi** yakla??m? kullan?lm??t?r. Bu yakla??m, ölçek geli?tirme

ARABPSYCHOLOGY.COM

çal??malar?nda standart bir prosedürdür:

Aç?mlay?c? Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis - EFA): Ölçe?in ba?lang?ç maddeleri, temel boyutlar? ortaya ç?karmak ve yap?sal basitle?tirmeyi sa?lamak amac?yla EFA'ya tabi tutulmu?tur. Bu analiz, çevrimiçi al??veri? kararlar?n? etkileyen temel latent faktörlerin say?s?n? ve yap?s?n? belirlemi?tir.
Do?rulay?c? Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis - CFA): Belirlenen faktör yap?s?n?n, farkl? bir örneklem üzerinde teorik modele ne kadar uydu?unu test etmek için CFA uygulanm??t?r. CFA, model uyum indeksleri (örne?in, CFI, TLI, RMSEA) kullan?larak ölçe?in nihai yap?s?n?n güçlü ve sa?lam oldu?unu kan?tlam??t?r.

Ölçek Bilgileri

Test Türü: Geli?tirme (Özgün bir ara?t?rma ba?lam?nda yeni bir yap?sal modelin ölçülmesi için geli?tirilmi?tir.)

Format: Orijinal makalede belirtilmemekle birlikte, bu tür tüketici davran??lar? ölçekleri genellikle 5'li veya 7'li Likert tipi derecelendirme format?n? kullan?r (Örn: 1=Kesinlikle Kat?lm?yorum, 5=Kesinlikle Kat?l?yorum).

Mevcut Dil: ?ngilizce (Orijinal yay?n dili).

Hedef Popülasyon Grubu: **Tüketici davran??lar?** ara?t?rmalar? ba?lam?nda, düzenli olarak çevrimiçi al??veri? yapan veya çevrimiçi sat?n alma niyeti gösteren bireyler.

Ya? Grubu: Yeti?kinler (Genellikle 18 ya? ve üstü çevrimiçi al??veri? deneyimine sahip bireyler).

Popülasyon Detaylar?: Çal??ma, büyük olas?l?kla belirli bir co?rafi bölgedeki (yazarlar?n veya yay?n ba?lam?n?n gerektirdi?i) çevrimiçi tüketiciler üzerinde gerçekle?tirilmi?tir.

Test Metodolojisi: Nicel ara?t?rma metodolojisi, anket tabanl? veri toplama ve geli?mi? yap?sal e?itlik modellemesi (SEM) teknikleriyle desteklenmi? **ölçek geli?tirme** ve do?rulama.

Anahtar Kelimeler

Online Shopper Decisions, Scale Development, Psychometrics, Consumer Sensitivity, **E-commerce** Factors, Structural Equation Modeling, Validation.

Yazarlar ve ?leti?im Bilgileri

Sorumlu Yazar: Semila Fernandes

ARABPSYCHOLOGY.COM

Yazar ORCID Tan?mlay?c?: Sa?lanmam??t?r.

?leti?im E-posta Adresi: semila123@gmail.com

Yazar Ba?lant?lar?: Yazarlar?n akademik ba?l?l?klar?, makalenin yay?nland??? Journal of Retailing and Consumer Services dergisinde belirtilmi?tir.

?zinler, Ücret ve Test Y?l?

Test Y?l?: 2021

?zinler ve Ücret: Ölçek, akademik bir dergide (Journal of Retailing and Consumer Services) yay?nlanm??t?r. Kullan?m izinleri ve telif haklar? genellikle makalenin yay?nland??? Elsevier yay?nevine aittir. Akademik ve ara?t?rma amaçl? kullan?m için izin gerekebilir. Sorumlu yazar ile ileti?ime geçilmesi tavsiye edilir.

Makalenin orijinal PDF dosyas? a?a??daki ba?lant?da bulunabilir:

The original PDF can be downloaded here: measurement-of-factors-influencing-online-shopper-buying-decisions-toad.pdf

Referanslar

Fernandes, S., Venkatesh, V. G., Panda, R., & Shi, Y. (2021). Measurement of factors influencing online shopper buying decisions: A **scale development** and validation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *59*. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102394

Ek materyaller ve tam metin makaleye eri?im için ek bir ba?lant?: pdf.sciencedirectassets.com

'Çevrimiçi Duyarl?l?k Ölçe?i Maddeleri

ÖNEML?: A?a??daki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmal? ve hiçbir ?ekilde de?i?tirilmemelidir. Ölçek maddeleri, sa?lanan kaynak içerikte mevcut de?ildir.

Ölçek maddeleri, orijinal kaynak içerikte aç?kça belirtilmemi?tir. Maddelerin tam listesi için lütfen yukar?da belirtilen akademik makaleye (Fernandes et al., 2021) ba?vurunuz.

ARABPSYCHOLOGY.COM