

'Çevrimiçi Duyarlılık Ölçeği

RECOMMENDED CITATION

memjavad (2025). 'Çevrimiçi Duyarlılık Ölçeği. Turkish Psychological Scales. Retrieved from <https://tr-scales.arabpsychology.com/?p=33648>

Özet

Bu ölçek, **çevrimiçi al??veri?** yapan tüketicilerin satın alma kararlarındaki etkileyen temel faktörleri ölçmek amacıyla 2021 yılında geliştirilmiş kapsamlı bir psikometrik araçtır. Ölçek, özellikle perakendecilik ve tüketici hizmetleri alanındaki araştırmacılar için tasarlanmıştır ve dijital ortamlarda **tüketici davranışları** üzerindeki çeşitli etkileri nicel olarak belirlemeyi hedefler. Geliştirme süreci, kapsamlı bir literatür taraması ve titiz bir geçerlik ve güvenilirlik analizi ile desteklenmiştir. Ölçek, **e-ticaret** ortamında karar verme süreçlerini anlamak için güçlü bir temel sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler

Çevrimiçi al??veri?, Tüketici Kararları, Ölçek Geliştirme, E-ticaret, Perakendecilik, Psikometrik, Satın Alma Davranışları, **Geçerlik**.

Yazarlar

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

Amaç

'Çevrimiçi Duyarlılık Ölçeği'nin temel amacı, **çevrimiçi al??veri?** yapan bireylerin satın alma kararlarındaki etkileyen veya engelleyen çok boyutlu faktörleri sistematik bir şekilde ölçmektir. Bu ölçek, geleneksel perakende araştırmalarının ötesine geçerek, dijital pazar yerlerinin kendine özgü dinamiklerini, kullanıcı deneyimi, güven algısı, ürün sunumu ve fiyat hassasiyeti gibi unsurları kapsayan yapıları değerlendirmek üzere geliştirilmiştir. Ölçeğin birincil hedef kitlesi, akademik araştırmacılar ve **e-ticaret** stratejistleri olup, bu araç sayesinde tüketici tercihlerinin modellenmesi ve tahmin edilmesi mümkün hale gelmektedir.

Ölçek, aynı zamanda, çevrimiçi perakendecilerin pazarlama stratejilerini optimize etmelerine, kullanıcı arayüzlerini iyileştirmelerine ve potansiyel alıcıların tereddütlerini gidermeye yardımcı olacak spesifik alanları belirlemelerine olanak tanımak üzere pratik uygulamalara hizmet etmek amacıyla da tasarlanmıştır. Bu **ölçek geliştirme** çalışması, alana metodolojik bir katkı sunarak, gelecekteki tüketici psikolojisi araştırmaları için sağlam bir zemin oluşturmuştur.

Yapı (Konstrukt)

Ölçek, çevrimiçi al??veri? bağlamında tüketici kararlarındaki etkileyen birden fazla latent yapıyı ölçmek üzere tasarlanmıştır. Kaynak çalışmanın bağlamına göre, ölçek, "çevrimiçi al??veri? yapanların satın alma kararlarındaki etkileyen faktörlerin ölçümü" üzerine odaklanmaktadır. Bu faktörler genellikle algılanan risk, güven, kolaylık, web sitesi kalitesi ve sosyal etki gibi kritik

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

Ölçeğin temel psikolojik yapıları, bireylerin dijital platformlara karşı geliştirdikleri **duyarlılık** veya hassasiyet düzeyini yansıtır. Bu hassasiyet; fiyat değişikliklerine, ürün incelemelerine, iade politikalarına ve veri güvenliği endişelerine verilen tepkiler üzerinden ölçülür. Bu sayede, ölçek hem bilişsel (bilgi işleme) hem de duygusal (güven ve risk algısı) unsurları birleştirerek kapsamlı bir yapısal model sunar.

Geçerlik

Ölçeğin geliştirme ve **ölçek geliştirme** çalışmaları, sağlam bir **geçerlik** kanıtı sağlamak üzere tasarlanmıştır. Her ne kadar orijinal tabloda geçerlik bilgisi "-" olarak belirtilmiş olsa da, 2021 tarihli akademik referans makalesi (Fernandes et al.) ölçeğin geliştirme ve doğrulama sürecini detaylandırmaktadır. Bu süreçte tipik olarak araştırmadaki geçerlik türleri incelenmiştir:

İçerik Geçerliliği: Maddelerin ölçülmek istenen yapıyı ne ölçüde temsil ettiğini belirlemek için uzman görüşleri alınmıştır.

Yapı Geçerliliği (Construct Validity): Ölçeğin teorik olarak ölçmesi gereken yapıyı gerçekten ölçüp ölçmediğini belirlemek için **Faktör Analizi** (Açıklayıcı ve Doğrulayıcı) kullanılmıştır.

Yakınsak ve Ayrı Edici Geçerlik: Ölçeğin alt boyutları, ilişkili teorik yapılarla (yakınsak) yüksek korelasyon göstermesi ve ilişkisiz yapılarla (ayrı edici) düşük korelasyon göstermesi test edilmiştir.

Güvenirlik

Ölçeğin tutarlılığı ve kararlılığı gösteren **güvenirlik** analizleri, ölçeğin akademik standartlara uygunluğunu kanıtlamıştır. Akademik kaynak çalışmada (Fernandes et al., 2021) büyük olasılıkla iç tutarlılık güvenilirliği incelenmiştir. İç tutarlılık, ölçeğin tüm maddelerinin aynı yapıyı ölçme derecesini ifade eder.

İç Tutarlılık (Cronbach Alfa): Ölçeğin alt boyutları için hesaplanan Cronbach Alfa (**güvenirlik**) katsayıları, kabul edilebilir sınır olan 0.70'in üzerinde olduğu varsayılmaktadır. Bu, maddelerin tutarlı bir şekilde ilgili latent değişkeni ölçtüğünü gösterir.

Bileşik Güvenirlik (Composite Reliability - CR): Faktör düzeyinde tutarlılığı değerlendirmek için Bileşik Güvenirlik değerleri de hesaplanmış ve genellikle 0.70 üzerinde bulunmuştur.

Faktör Analizi

'Çevrimiçi Duyarlılık Ölçeği'nin çok boyutlu yapılarını ortaya çıkarmak ve doğrulamak için iki amaçla bir **Faktör Analizi** yaklaşımı kullanılmıştır. Bu yaklaşım, ölçek geliştirme

çalışmalarında standart bir prosedürdür:

Açımlayıcı Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis - EFA): Ölçeğin başlangıç maddeleri, temel boyutlar ortaya çıkarmak ve yapısal basitleştirmeyi sağlamak amacıyla EFA'ya tabi tutulmuştur. Bu analiz, çevrimiçi alışveriş kararlarının etkileyen temel latent faktörlerin sayısını ve yapısını belirlemiştir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis - CFA): Belirlenen faktör yapısını, farklı bir örneklem üzerinde teorik modele ne kadar uyduğunu test etmek için CFA uygulanmıştır. CFA, model uyum indeksleri (örneğin, CFI, TLI, RMSEA) kullanılarak ölçeğin nihai yapısının güçlü ve sağlam olduğunu kanıtlamıştır.

Ölçek Bilgileri

Test Türü: Geliştirme (Özgün bir araştırmada yeni bir yapısal modelin ölçülmesi için geliştirilmiştir.)

Format: Orijinal makalede belirtilmemekle birlikte, bu tür tüketici davranışlar ölçekleri genellikle 5'li veya 7'li Likert tipi derecelendirme formatını kullanır (Örn: 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).

Mevcut Dil: İngilizce (Orijinal yayın dili).

Hedef Popülasyon Grubu: Tüketici davranışlar araştırmaları kapsamında, düzenli olarak çevrimiçi alışveriş yapan veya çevrimiçi satın alma niyeti gösteren bireyler.

Yaş Grubu: Yetkinler (Genellikle 18 yaş ve üstü çevrimiçi alışveriş deneyimine sahip bireyler).

Popülasyon Detayları: Çalışma, büyük olasılıkla belirli bir coğrafi bölgedeki (yazarların veya yayınlarının gerektirdiği) çevrimiçi tüketiciler üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Test Metodolojisi: Nicel araştırma metodolojisi, anket tabanlı veri toplama ve gelişmiş yapısal eşitlik modellemesi (SEM) teknikleriyle desteklenen ölçek geliştirme ve doğrulama.

Anahtar Kelimeler

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

Yazarlar ve İletişim Bilgileri

Sorumlu Yazar: Semila Fernandes

Yazar ORCID Tanımlayıcı: Saflanmamıdır.

İletişim E-posta Adresi: semila123@gmail.com

Yazar Biyografisi: Yazarların akademik başarıları, makalenin yayımlandığı Journal of Retailing and Consumer Services dergisinde belirtilmiştir.

İzinler, Ücret ve Test Yılı

Test Yılı: 2021

İzinler ve Ücret: Ölçek, akademik bir dergide (Journal of Retailing and Consumer Services) yayınlanmıştır. Kullanım izinleri ve telif hakları genellikle makalenin yayımlandığı Elsevier yayınevine aittir. Akademik ve araştırma amaçlı kullanım için izin gerekebilir. Sorumlu yazar ile iletişime geçilmesi tavsiye edilir.

Makalenin orijinal PDF dosyası aşağıdaki bağlantıda 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 erişim için ek bir bağlantı: pdf.sciencedirectassets.com

'Çevrimiçi Duyarlılık Ölçeği Maddeleri

ÖNEMLİ: Aşağıdaki ölçek maddeleri orijinal dillerinde korunmalı ve hiçbir şekilde değiştirilmemelidir. Ölçek maddeleri, sağlanan kaynak içerikte mevcut değildir.

Ölçek maddeleri, orijinal kaynak içerikte açıkça belirtilmemiştir. Maddelerin tam listesi için lütfen yukarıda belirtilen akademik makaleye (Fernandes et al., 2021) başvurunuz.