

**MARKA BAĞLILIĞI İLE KİŞİSEL DEĞERLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER:  
Üniversite Öğrencilerinin Spor Ayakkabı ve Çikolata Markaları Tercih Üzerine Bir  
Araştırma**

**Sevtap ÜNAL<sup>(\*)</sup>  
Polat CAN<sup>(\*\*)</sup>  
Arzu DENİZ<sup>(\*\*\*)</sup>**

**ÖZET**

Günümüz pazarlarında çok sayıda ürün olması ve birbirlerine benzemeleri tüketicilerin tercih yapmasını oldukça zorlaştırmaktadır. Tüketiciler birçok nedenden dolayı belirli markaları tercih etmektedirler (fiyat, kalite, imaj, çevrenin etkisi vb.). Bu nedenle marka bağlılığında etkili olan nedenlerin belirlenmesi konu ile ilgili detaylı bilgi sağlamaktadır. Tüketicilerin marka tercihinde ve bağlılığında rol oynayan bir diğer faktör de sahip olduğu değerlerdir. Birey, sahip olduğu kişisel değerler doğrultusunda davranışlar sergilemektedir. Bu çalışmada kişisel değerler ve marka bağlılığında etkili olan nedenler arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre marka bağlılığında etkili olan nedenler ürün gruplarına göre farklılık göstermektedir. Tüketicilerin kişisel değerleri ile marka bağlılığında etkili olan bu nedenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

Anahtar Kelime: Tüketici davranışı, Değerler Listesi, Marka bağlılığı.

**ABSTRACT**

**THE RELATIONSHIPS BETWEEN BRAND LOYALTY AND PERSONAL VALUES: A  
Research on University Students' Choice of Trainers and Chocolate Brands**

In today's markets, presence of many products and the similarity between them make consumers' preference quite difficult. It is stated that the determination of the reasons that are effective on brand loyalty will provide detailed information about the subject. Another factor that has a role on consumers' brand preference and loyalty is personal values. Person behaves according to his/her values. In this study, It was aimed to examine the relationships between personal values and the reasons that are effective on brand loyalty. According to the results, the reasons that are effective on brand loyalty vary to product types. There are significant relationships between consumers' values and reasons that are effective on brand loyalty.

Key Words: Consumer behaviour, Schwartz's List of Values, Brand Loyalty

---

<sup>(\*)</sup> Yrd.Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

<sup>(\*\*)</sup> Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

<sup>(\*\*\*)</sup> Arş.Gör. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü