

TÜKETİCİ ETİĞİ ÖLÇEĞİNİN GEÇERLİLİĞİ

Günay KURTULDU*

Öz

Pazarlama etiği, hem işletmeleri hem de tüketicileri ilgilendirmesi bakımından pazarlama alanında oldukça ilgi gören bir konudur. Ancak pazarlama etiği hakkında yapılan çalışmalar incelendiğinde özellikle tüketicilere yönelik etik konuların geri planda kaldığı görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı: Tüketici Etiği Ölçeği'nin geçerliliğini ve güvenilirliğini günümüz koşullarında sorgulayarak ölçeğin geçerliliğine, güvenilirliğine ve gelişimine katkı sağlamaktır. Veriler kolayda örnekleme ve çevrimiçi anket yöntemleriyle toplanmıştır. Çalışmanın örnekleminde 305 kişi yer almaktadır. Ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sorgulamak için keşfedici faktör analizi, güvenilirlik analizi ve doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda ölçek, literatürle benzer şekilde 7 boyutlu olarak oluşmuştur. Elde edilen boyutlardan "Zararı ve Kötülüğü Olmayan Eylemler", "Telif Hakkı Kapsamındaki Materyalleri İnternetten İndirme/Taklit Ürün Satın Almak", "Doğru Olanı/İyi Olanı Yapmak", "Yasal Olmayan Bir Eylemden Pasif Olarak Faydalanmak", "Geri Dönüşüm/Çevresel Farkındalık", "Doğruluğu Şüpheli/Sorgulanabilir Fakat Yasal Olan Bir Uygulamadan Aktif Olarak Faydalanmak" örtük değişkenlerinin yakınsama ve diskriminant geçerliliği şartlarını sağlayan, yapı geçerliliğine sahip olan geçerli ve güvenilir ölçekler oldukları tespit edilmiştir. "Yasal Olmayan Bir Eylemden Aktif Olarak Faydalanmak" örtük değişkeninin ise yapı geçerliliği şartlarını sağlamayan bir ölçek olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ölçeğe yeni eklenen 3 boyutun geçerliliğinin ve güvenilirliğinin ortaya konması, yeni boyutlardan ters kodlama yapılmasını gerektiren boyutların ters kodlama yapılmasına gerek kalmayacak şekilde uyarlanıp kullanılması, ölçeğin sorularının yargı cümlesi şekline dönüştürülmesi ve yanıt kategorilerinin uyarlanıp kullanılmış olması ve son olarak günümüzde anlaşılması zor olan 5 sorunun günümüz koşullarına uygun olacak şekilde uyarlanmasının yapılması yoluyla literatüre katkı sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Etiği Ölçeği, Ölçek Geçerliliği, Doğrulayıcı Faktör Analizi, Yapı Geçerliliği.

* Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, gunay.kurtuldu@klu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2964-3010>

Not: Bu araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 23.01.2023 tarih ve E-35523585-302.99-75448 sayılı karar numarası ile Etik Kurul izni alınmıştır.

THE VALIDITY OF THE CONSUMER ETHICS SCALE

Abstract

Marketing ethics is a subject of great interest in the field of marketing as it concerns both businesses and consumers. However, when the studies on marketing ethics are examined, it has been seen that ethical issues especially about consumers remain in the background. Thus, the aim of the study is to contribute to the validity, reliability and development of the Consumer Ethics Scale by questioning the validity and reliability of the scale in today's conditions. The data were collected by convenience sampling and online survey and reached 305 sample size. To question the validity and reliability of the scale exploratory factor analysis, reliability analysis and confirmatory factor analysis were performed. As a result of the study, the scale was formed in 7 dimensions. The dimensions "No Harm/No Foul Activities", "Downloading Copyrighted Materials/Buying Counterfeit Good", "Doing The Right Thing/Doing Good", "Passively Benefiting from Illegal Activities", "Recycling/Environmental Awareness", "Actively Benefiting from Deceptive (or Questionable, but Legal) Practices" had been determined as valid and reliable scales that meet the convergent and discriminant validity conditions and have construct validity. Furthermore it had been determined "actively benefiting from illegal activities" dimension doesn't meet the construct validity conditions. The study contributed to the literature by determining the validity and reliability of the three new dimensions, adapting the dimensions requiring reverse coding without the need for reverse coding, transforming the questions of the scale into judgment sentences and adapting the answer categories. In addition, the adaptation of 5 difficult to understand questions to today's conditions is another contribution.

Keywords: *Consumer Ethics Scale, Scale Validity, Confirmatory factor analysis, Construct validity.*

Giriş

Pazarlama etiği konusu uzun dönemden beri hem işletmelerin hem de araştırmacıların oldukça ilgi gösterdiği bir konudur. Ancak pazarlama etiği konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde etik konuların genellikle işletmeler bakımından ve kurumsal bir bakış açısıyla ele alındığı, tüketicilere yönelik etik konuların ise geri planda bırakıldığı veya ihmal edildiği görülmektedir. Oysaki söz konusu pazarlama olduğunda pazarlamanın en önemli varlığının tüketici olduğu unutulmamalıdır. Tüketici etiği konularına duyulan ilgi ancak 1990'lı yıllara gelindiğinde artış göstermiş ve böylece konu hakkındaki çalışmalar da bu dönemden sonra artmaya başlamıştır (Schlegelmilch ve Öberseder, 2010: 6; Nill ve Schibrowsky, 2007). İşletmelerin pazarlama faaliyetlerinde etik davranması ne kadar önemli ise, pazarlamanın en önemli varlığı olan tüketicilerin de etik davranması o denli önemlidir. Pazarlama etiği hem işletmelerin hem de tüketicilerin karşılıklı olarak etik davranmalarıyla büyüyüp anlam kazanabilecek bir kavramdır. Bu doğrultuda tüketicilerin etik davranışlarının incelenmesi ve ölçülmesi, en az işletmelere yönelik etik konular kadar önemlidir. Tüketici etiği alanındaki

eksiklikleri fark ederek 1990'lı yıllarda tüketici etiği alanına katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen önemli çalışmalardan biri Muncy ve Vitell (1992) tarafından gerçekleştirilen çalışmadır. Muncy ve Vitell (1992), "Tüketici Etiği Ölçeği"ni geliştirerek tüketicilerin etik davranışlarının incelenmesine ve ölçümlemesine imkân sağlayan bir ölçeği literatüre kazandırmışlardır. Ölçek uzun yıllar çeşitli çalışmalarda kullanılarak geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmıştır. İlerleyen yıllarda Vitell ve Muncy (2005), 1992 yılında yayınladıkları ölçeğe yeni boyutlar ve sorular ekleyerek ölçeği daha da geliştirip güncellemişlerdir. Vitell ve Muncy (2005: 274), ölçeğe yeni sorular ve boyutlar eklemekle beraber bunların geçerliliğini ve güvenilirliğini kendi çalışmalarında irdelememişler ancak sonraki çalışmalarda bu soruların ve boyutların kullanılıp geçerlilik ve güvenilirliklerinin irdelenmesini tavsiye etmişlerdir. Ayrıca gelecekteki çalışmalarda ölçeğin soru yapılarının ve yanıt kategorilerinin daha basit ve olumlu anlam verecek şekilde uyarlanarak kullanılmasını tavsiye etmişlerdir. Vitell ve Muncy'nin (2005) ölçeği Türkiye'de Tiltay ve Torlak'ın (2011) çalışmasında kullanılmıştır. Tiltay ve Torlak (2011), ölçeğin yeni versiyonunu tüm boyutlarıyla Türkçe'ye uyarlayıp geçerliliğini ve güvenilirliğini sorgulamışlardır. Ancak Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) ölçeğin soru yapılarının ve yanıt kategorilerinin uyarlanarak kullanılmasını tavsiyesinin aksine, çalışmalarında Vitell ve Muncy'nin (2005) çalışmasındaki soru yapısını ve yanıt kategorilerini aynen kullanmışlardır.

Vitell ve Muncy (2005: 274) ölçeğe yeni eklenen soruların ve boyutların geçerliliğinin ve güvenilirliğinin yeni çalışmalarda sorgulanmasını ve ayrıca ölçeğin soru yapılarının ve yanıt kategorilerinin uyarlanarak kullanılmasını tavsiye etmişlerdir. Tiltay ve Torlak (2011: 128) da, kültürel bakımdan daha geçerli olabilecek tüketici etiği ölçeği geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesinin faydalı olacağını ifade etmişlerdir. Bahsi geçen çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, tüketici etiği ölçeklerinin geçerlilikleri ile güvenilirliklerinin sorgulanması ve bu ölçeklerin geliştirilmesi bakımından bir literatür boşluğu bulunduğu gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Vitell ve Muncy (2005) tarafından geliştirilen ve Tiltay ve Torlak (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Tüketici Etiği Ölçeği'nin geçerliliğini ve güvenilirliğini günümüz koşullarında sorgulayarak ölçeğin geçerliliğine, güvenilirliğine ve gelişimine katkı sağlamaktır. Çalışmada öncelikle ölçeğe ilişkin literatür açıklanacak, sonrasında veri toplama ve örnekleme süreçleri ile analizler açıklanıp son olarak çalışmanın sonuçlarına yer verilecektir.

1. TÜKETİCİ ETİĞİ ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN LİTERATÜR

Tüketici Etiği Ölçeği ilk kez Muncy ve Vitell (1992) tarafından geliştirilerek kullanılmıştır. İlerleyen yıllarda ölçeğin kullanımı yaygınlaşmış ve Türkiye'de de çeşitli araştırmalarda ölçeğe yer verilmiştir. Varinli (2000) ve Oyman (2004) ölçeği çalışmalarında kullanmışlardır. Bu çalışmalara ilave

olarak yakın zamanda ölçeği kullanan çalışmalar olarak Altay (2016), Saray ve Hazer (2017), Özden (2019) ile Koçer ve Gülsoy'un (2020) çalışmaları ön plana çıkmaktadır.

Tüketici Etiği Ölçeği'ni yukarıda bahsi geçen çalışmalardan farklı olarak ele alan bir diğer önemli çalışma ise Tiltay ve Torlak (2011) tarafından gerçekleştirilmiştir. Vitell ve Muncy (2005: 268) 1992 yılında ilk kez yayınladıkları Tüketici Etiği Ölçeği üzerinde, ölçeği genişletmek ve yeniden test etmek amacıyla, bazı değişikliklerde ve güncellemelerde bulunarak 2005 yılında ölçeği yeniden yayınlamışlardır. Türkiye'de Tüketici Etiği Ölçeği'ni kullanan çalışmalar genellikle Muncy ve Vitell'in 1992 yılında geliştirdiği ölçeği kullanırken, Tiltay ve Torlak (2011) ise Vitell ve Muncy (2005) tarafından güncellenen ölçeğe çalışmalarında yer vermişlerdir.

Muncy ve Vitell'in (1992) yayınladıkları ölçek "Yasal Olmayan Bir Eylemden Aktif Olarak Faydalanmak (YOAKT)", "Yasal Olmayan Bir Eylemden Pasif Olarak Faydalanmak (YOPAS)", "Doğruluğu Şüpheli/Sorgulanabilir Fakat Yasal Olan Bir Uygulamadan Aktif Olarak Faydalanmak (DSAKT)", "Zararı ve Kötülüğü Olmayan Eylemler (ZARKO)" olarak adlandırılan 4 alt boyuttan ve 21 sorudan oluşmaktadır. Vitell ve Muncy (2005) tarafından güncellenen versiyonda ise ölçeğe "Telif Hakkı Kapsamındaki Materyalleri İnternette İndirme/Taklit Ürün Satın Almak (TETAK)", "Geri Dönüşüm/Çevresel Farkındalık (GERCE)", "Doğru Olanı/İyi Olanı Yapmak (DOIYI)" olarak adlandırılan 3 yeni alt boyut ve 10 yeni soru eklemiştir. Böylelikle Tüketici Etiği Ölçeği toplamda 31 soru ve 7 alt boyuttan oluşan bir ölçek haline gelmiştir.

Vitell ve Muncy (2005: 269), ölçek sorularını yaşayan bir durum veya olay cümlesi şeklinde sorarak, katılımcılardan bu durum veya olayı "1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum" olacak şekilde 5 noktalı ölçeği kullanarak değerlendirmelerini istemişlerdir. Ayrıca ölçeğe yeni eklenen GERCE ve DOIYI alt boyutlarının sorularını ters kodlama gerektirecek yapıda kullanmışlardır (Vitell ve Muncy, 2005: 274). Vitell ve Muncy (2005: 274), ölçeğe yeni sorular ve boyutlar eklemekle beraber bu yeni soruların ve boyutların geçerliliğini ve güvenilirliği çalışmalarında irdelememişler ve sonraki çalışmalarda bu soruların ve boyutların kullanılarak geçerliliklerinin ve güvenilirliklerinin sorgulanmasının faydalı olacağı tavsiyesinde bulunmuşlardır. Ayrıca gelecekteki çalışmalarda ölçeğin yanıt kategorilerinin "kesinlikle katılmıyorum" ile başlayıp "kesinlikle katılıyorum" ile sonlanacak şekilde daha basit ve olumlu anlam verecek şekilde kullanılmasını tavsiye etmişlerdir.

Tiltay ve Torlak (2011: 105-107) da ölçeği Türkçe'ye uyarlarken 5 noktalı ölçeği (1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- Kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum) ve ters kodlanan alt boyutları da içerecek şekilde tüm alt boyutları Vitell ve Muncy'nin (2005) çalışmalarında kullandığı şekilde aynen kullanmışlardır. Ancak Vitell ve Muncy'nin (2005) tavsiyeleri doğrultusunda ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sorgulamışlardır. Ölçeğin içsel geçerliliğini sorgulamak adına uzman görüşlerine başvurmuşlar,

İngilizce'den Türkçe'ye ve Türkçe'den İngilizce'ye çeviriler gerçekleştirmişler ve pilot çalışma yapmışlardır. Ayrıca ölçeğin yapı geçerliliğini sorgulamak adına öncelikle keşfedici sonrasında doğrulayıcı faktör analizleri, ölçeğin güvenilirliğini sorgulamak için ise güvenilirlik analizi gerçekleştirmişlerdir (Tiltay ve Torlak, 2011: 103). Tiltay ve Torlak'ın (2011: 111-113) gerçekleştirdiği keşfedici faktör analizi sonucunda ölçekten 4 soru elenmiş, geriye kalan 27 soru ise ölçeğin orijinalinden farklı olarak 5 boyut altında toplanmıştır. 27 soru ve 5 boyuttan oluşan ölçeğin KMO değeri 0.905 (p: 0.000), açıklanan toplam varyans değeri %57.59 ve güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Cronbach alfa değeri 0.85 olarak hesaplanmıştır. Tiltay ve Torlak'ın (2011: 113-114) gerçekleştirdikleri doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde ettikleri uyum indekslerinin değerleri (χ^2/sd : 5.52, AGFI: 0.78, GFI: 0.81, CFI: 0.91, NFI: 0.90, RMSEA: 0.088) incelendiğinde, NFI haricindeki değerlerin kabul edilebilir uyum düzeyinde olmadığı görülmektedir. Ayrıca Tiltay ve Torlak'ın (2011) çalışmalarını gerçekleştirdikleri yıl itibariyle doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirildiğinde yapı geçerliliğinin sorgulanmasında sadece uyum indekslerinin raporlanması yeterli kabul edilmekteydi. Oysaki günümüzde doğrulayıcı faktör analizi bağlamında yapı geçerliliğinin sağlandığının ifade edilebilmesi için uyum indeksleri ile beraber aynı zamanda yapı geçerliliğini oluşturan yakınsama ve diskriminant geçerliliklerinin de sorgulanması ve istenen değerleri sağlaması gerekmektedir.

Ölçeğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sorgulanması bağlamında Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) tavsiyeleri ve Tiltay ve Torlak'ın (2011: 113-114) sadece ölçeğin uyum indekslerini raporlamış olmaları ancak yapı geçerliliğini sağlayan yakınsama ve diskriminant geçerliliklerine yer vermemiş olmaları göz önünde bulundurularak ölçek öncelikle keşfedici faktör analizine ve güvenilirlik analizine tabi tutulacaktır. Sonrasında doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilerek ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olup olmadığı, yakınsama ve diskriminant geçerlilikleri de sorgulanarak, irdelenecektir.

2. YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmında öncelikle çalışmada uygulanan veri toplama yöntemi, örnekleme süreci ve araştırmanın ölçeği hakkında açıklamalarda bulunulacak, sonrasında çalışmanın analizleri açıklanacaktır.

2.1. Veri Toplama Yöntemi ve Örnekleme Süreci

Çalışmada ölçeğin Türkiye'deki geçerliliği konu edildiğinden araştırma evreninin kapsamını Türkiye'de yaşamakta olan 18 yaşından büyük Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları oluşturmaktadır. Veriler kolayda örnekleme ve çevrimiçi anket yöntemiyle toplanmıştır. Veri toplama süreci sonucunda toplamda 323 kişiden veri toplanmış ancak hatalı, eksik veya tutarlı olmayan cevaplar içeren 18 anket örneklemeden çıkarılmıştır. Böylece çalışma 305

kişilik örneklem büyüklüğü ile gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğünün anketteki soru sayısının 5 katından fazla olmasının faydalı olacağı tavsiyesi (Nakip, 2006: 427) göz önünde bulundurulduğunda, toplamda 31 sorudan oluşan Tüketici Etiği Ölçeği bağlamında yeterli örneklem büyüklüğüne ulaşıldığı ifade edilebilir.

2.2. Araştırmanın Ölçeği

Türkçe Tüketici Etiği Ölçeği'nin son geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasının 2011 yılında yapıldığı göz önünde bulundurulduğunda, aradan geçen süre zarfında ölçeğin günümüz koşullarındaki geçerliliğinin, güvenilirliğinin sorgulanması ve gerekiyorsa güncellenmesi önem arz etmektedir. Ayrıca Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) ölçeğin yanıt kategorilerinin yeni çalışmalarda "kesinlikle katılmıyorum, kesinlikle katılıyorum" şeklinde kullanılarak denenmesi tavsiyesinin Tiltay ve Torlak'ın (2011) çalışmasında yerine getirilmediği göz önünde bulundurulduğunda, ölçekte böyle bir düzenlemenin de yapılması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda öncelikle ölçek soruları Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) tavsiyelerine uyarak birer yargı cümlesine dönüştürülmüş ve yanıt kategorileri "1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde uyarlanmıştır. Örneğin orijinal ölçekte "Bilgisayarda korsan yazılım kullanmak" şeklinde sorulan ve yanıt kategorileri "1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- Kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum" şeklinde olan soru "Bilgisayarda korsan yazılım kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum" ve yanıt kategorileri de "1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum" olacak şekilde uyarlanmıştır. Ayrıca ölçekte günümüz koşullarına uygun olarak güncellenmesi gereken, anlaşılması zor olan 5 sorunun da uyarlaması gerçekleştirilmiştir. Örneğin "Yeni taşınılan bir binada kablolu TV'nin hâlâ kullanılabilir olduğu fark edildiğinde kimseye söylemeden ve parasını ödmeden onu kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum." sorusundaki "kablolu TV'nin" ifadesi yerine günümüz koşullarında daha fazla kullanılan ve güncel olan "internetin" ifadesi yazılarak uyarlama yapılmıştır. Gerçekleştirilen son bir uyarlama ise, GERCE ve DOIYI alt boyutlarında yer alan soruların ters kodlama yapmaya gerek kalmayacak şekilde uyarlanarak kullanılmış olmasıdır. Ölçeğe Vitell ve Muncy (2005) tarafından eklenen GERCE ve DOIYI alt boyutlarındaki sorular orijinal ölçekteki diğer sorulardan farklı olarak pozitif anlama sahip olan sorular olduklarından bu sorular orijinal ölçekte ters kodlama gerektirecek şekilde kullanılmıştır. Bu çalışmada ise ilgili alt boyutlarda yer alan sorular ters kodlama yapmaya gerek kalmayacak şekilde uyarlanmıştır. Örneğin orijinal ölçekte "Bir garsona beklediğinden daha fazla bahşiş vermek" şeklinde sorulan ve yanıt kategorileri "1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- Kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum" olan soru "Bir garsona beklediğinden daha fazla bahşiş vermenin doğru olduğuna inanıyorum." ve yanıt kategorileri "1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum" olacak şekilde uyarlanmıştır. GERCE ve DOIYI alt

boyutlarındaki sorular haricinde ölçekte yer alan sorular negatif anlama sahip olduklarından "...yanlış olduğuna inanıyorum" şeklinde sonlanırken, GERCE ve DOIYI alt boyutlarındaki sorular "...doğru olduğuna inanıyorum" şeklinde sonlanmaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada yapılan uyarılama doğrultusunda ters kodlamaya gerek kalmamaktadır. Ölçekte yapılan tüm bu uyarlamalar ve güncellemeler alanında uzman 5 akademisyenin değerlendirmeleri, kontrolleri ve önerileri alınarak gerçekleştirilmiştir.

2.3. Analizler

Analiz sürecinde öncelikle araştırma örnekleminin demografik özelliklerine yer verilecek, sonrasında ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sorgulamak amacıyla sırasıyla keşfedici faktör analizi, güvenilirlik analizi ve doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilip açıklanacaktır.

2.3.1. Örneklemin Demografik Özellikleri

Araştırma örnekleminin demografik özellikleri incelendiğinde katılımcıların 180'inin kadın 125'inin ise erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Bu katılımcıların 178'i bekâr, 127'si ise evlidir. Katılımcıların %49.8'i (152) 18-30 yaş aralığında, %26.9'u (82) 31-40 yaş aralığında, %23.3'ü (71) 41 yaş ve üstü yaş aralığında yer almaktadırlar. Aylık kişisel gelir bakımından katılımcıların %59'u (180) 0-12000 TL gelire, %32.1'i (98) 12001-24000 TL gelire, %8.9'u (27) 24001 TL'den fazla gelire sahiptir. Katılımcıların %6.2'si (19) ilk veya ortaöğretim mezunu, %64.9'u (198) üniversite mezunu, %28.9'u (88) yüksek lisans veya doktora mezunudur. Çalışma durumu bakımından ise katılımcıların %39.3'ü (120) özel sektörde, %21.3'ü (65) kamu sektöründe çalışırken, geriye kalan %39.3'ü (120) ise çalışmadığını belirtmiştir.

2.3.2. Keşfedici Faktör Analizi

Veri toplama, düzenleme ve kodlama süreci sonrasında analize hazır hale gelen örneklem verileri öncelikle keşfedici faktör analizine tabi tutulmuşlardır. Keşfedici faktör analizinde örneklemin faktör analizine uygun olup olmadığını tespit edebilmek için öncelikle KMO ve Bartlett testi değerleri incelenir. KMO değerinin 0.60 ve üzerinde bir değere sahip olması istenirken, Bartlett testi değerinin ise istatistiksel olarak anlamlı olması gerekir (Nakip, 2006: 427). Bu iki koşul sağlandığı takdirde, keşfedici faktör analizi sonucunda oluşan faktörlerden özdeğeri 1'in üstünde olanlar dikkate alınır. Özdeğeri 1'in üstünde olan faktörlerin ise açıklanan varyans oranlarının toplamının, %40 ve üzeri kabul edilebilir olmakla birlikte, ideal durumda %60 ve üzerinde olması istenir (Tavşancıl, 2014: 48). Ayrıca keşfedici faktör analizi sonucunda oluşan faktörlerde yer alan maddelerin (soruların) faktör yükleri bakımından incelenmesi gerekir. Maddelerin faktör yüklerinin, 0.30 ve üzerinde olması kabul edilebilir olmakla birlikte, ideal durumda 0.50 ve üzerinde olması istenirken, bir maddenin benzer faktör yükleriyle birden fazla faktör altında yer alması veya literatürdeki faktör yapısını bozması istenmeyen

durumlardır (Gegez, 2010: 317; Büyüköztürk, 2016: 134). Bu doğrultuda gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda DOIY4, DSYA5, DSYA4, DSYA1, DSYA2, YOPF5, YOAF2, YOPF1 maddeleri faktör yüklerinin 0.50'nin altında olması nedeniyle, ZKOE4 maddesi benzer faktör yükleriyle birden fazla faktör altında yer alması nedeniyle, YOAF1, DOIY3 maddeleri literatürdeki faktör yapısını bozmaları nedeniyle elenmişlerdir. Elenen her maddeden sonra keşfedici faktör analizi yeniden gerçekleştirilmiştir. Ölçeğe ilişkin keşfedici faktör analizi sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır. Ölçekte yer alan tüm faktörlerin ve maddelerin kısa kodları ile maddelerin açıklamaları ise EK-1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Ölçeğe İlişkin Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Maddeler	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)
YOAKT		2.731	9.835
(YOAF4)-Bir markette parasını ödmeden bir şişe meşrubat içmenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.735		
(YOAF5)-Kaybolan bir eşyanın parasını sigorta şirketinden alabilmek için onu çalınmış olarak göstermenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.692		
(YOAF3)-Başkasına ait bir kullanıcı adı ve şifresini izinsiz kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.	0.653		
(YOPF2)-Daha düşük bir ücret ödemek ya da hiç ödememek amacıyla çocukların yaşı hakkında yalan söylemenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.564		
YOPAS		1.697	9.558
(YOPF3)-Bir ürünün ücretini öderken kasiyerin fiyatı eksik hesapladığı fark edildiğinde bunun hakkında bir şey söylememenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.820		
(YOPF4)-Bir alışverişte fazladan para üstü alındığında bunu satıcıya söylememenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.803		
(YOPF6)-Bir mağazada hırsızlık yapıldığına şahit olduğunda bunu önemsememenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.596		
DSAKT		1.164	8.937
(ZKOE5)-Bir mağazada saatlerce hiçbir şey satın almadan kıyafetleri denemenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.720		
(ZKOE3)-Bir ürünü satın alıp kullandıktan sonra beğenilmediği gerekçesiyle iade etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.717		
(DSYA3)-Ürün alırken bir başkası tarafından verilen kuponları kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.	0.689		
ZARKO		1.082	8.630
(ZKOE1)-Bilgisayarda korsan yazılım kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.	0.865		
(ZKOE2)-Satın almak yerine bir başkasından CD/DVD kopyalamanın yanlış olduğuna inanıyorum.	0.721		
TETAK		1.027	8.595
(TTSA2)-Orijinal markalı ürünler yerine taklitlerini satın almanın yanlış olduğuna inanıyorum.	0.843		
(TTSA1)-Satın almak yerine İnternet'ten müzik indirmeyi tercih etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.	0.783		
GERCE		1.302	9.038

(GDCF1)-Çevre dostu etiketli ürünleri rakipleri kadar iyi olmasa bile satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.	0.773		
(GDCF2)-Yeniden kullanılabilir malzemeden yapılmış ürünleri daha pahalı olmasına rağmen satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.	0.747		
(GDCF3)-Sadece çevreyi koruma konusunda kararlı ve bu yönde çabaları olan firmaların ürünlerini satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.	0.712		
DOIYI		3.967	10.262
(DOIY2)-Satıcı tarafından eksik hesaplanmış bir faturayı düzeltmenin doğru olduğuna inanıyorum.	0.877		
(DOIY1)-Kasiyerin yanlışlıkla faturaya ilave etmeyi unuttuğu bir ürün için mağazaya geri dönmek ve ödeme yapmanın doğru olduğuna inanıyorum.	0.803		
(GDCF4)-Konserve kutusu, şişe, gazete gibi malzemeleri geri dönüşümde kullanılması için ayırmanın doğru olduğuna inanıyorum.	0.689		
KMO: 0.747			
Bartlett Test: 0.000			
Açıklanan Varyans: % 64.852			

Tablo 1’de yer alan keşfedici faktör analizi sonuçları incelendiğinde ölçeğin KMO (0.747), Bartlett test (0.000) ve açıklanan varyans (%64.852) bakımından istenen değerleri sağladığı, tüm maddelerin faktör yüklerinin 0.50’nin üzerinde olduğu ve literatürle uygun şekilde 7 boyutlu (faktörlü) olarak oluştuğu görülmektedir. Oluşan 7 boyut ve bu boyutlarda yer alan maddeler (toplam 20 madde) incelendiğinde GERCE boyutunun GDCF4 maddesinin DOIYI boyutu ile bütünleştiği, YOPAS boyutunun YOPF2 maddesinin YOAKT boyutu ile bütünleştiği, ZARKO boyutunun ZKOE3 ve ZKOE5 maddelerinin ise DSAKT boyutu ile bütünleştiği görülmektedir. DOIYI, YOAKT ve DSAKT boyutları altında yer alan maddeler incelendiğinde, yukarıda bahsi geçen ve bu boyutlar altında bütünleşen maddelerin DOIYI, YOAKT ve DSAKT boyutlarında yer alan diğer maddeler ile benzer anlama sahip oldukları görülmektedir. Bu doğrultuda ilgili maddelerin DOIYI, YOAKT ve DSAKT boyutları ile bütünleşmelerinin anlamlı ve kabul edilebilir bir durum olduğu ifade edilebilir. Sonuç olarak, keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda ölçeğin geçerli bir ölçek olduğu ifade edilebilir. Sonraki bölümde, keşfedici faktör analizi doğrultusunda elde edilen boyutların güvenilirlikleri sorgulanacaktır.

2.3.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, bir ölçekte yer alan soruların içsel tutarlılıklarını sorgulayan bir analizdir (Kurtuluş, 2010: 184). Farklı güvenilirlik analizi teknikleri var olmakla birlikte, Cronbach Alfa katsayısını referans alan güvenilirlik analizi tekniği çokça kullanılan güvenilirlik analizi tekniklerinden biridir. Bir ölçeğin güvenilir bir ölçek olarak ifade edilebilmesi için Cronbach Alfa değerinin en az 0.60 ve üzerinde bir değere sahip olması istenir (Hair vd.,

2010: 710). Tablo 2’de ölçeğin keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlarının güvenilirlik analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2. Ölçeğe İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Faktörler	Madde Sayısı	Cronbach Alfa
YOAKT	4	0.606
YOPAS	3	0.683
DSAKT	3	0.624
ZARKO	2	0.813
TETAK	2	0.711
GERCE	3	0.653
DOIYI	3	0.752

Tablo 2’de yer alan güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde ölçeğin tüm boyutlarının Cronbach Alfa değerleri 0.60 ve üzerinde bir değere sahip olduğundan ölçeğin güvenilir bir ölçek olduğu ifade edilebilir. Ölçeğin keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizi bağlamında geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu ortaya konmuş olduğundan, sonraki bölümde doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilerek ölçeğin yapı geçerliliği sorgulanacaktır.

2.3.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi, keşfedici faktör analizi sonucunda oluşan yapıların (boyutların) geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sorgulanmasına yardımcı olan bir analizdir (Şimşek, 2007: 4). Doğrulayıcı faktör analizinde yapıların geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sorgulanmasında yapı geçerliliğinden istifade edilir. Yapı geçerliliğinin sağlanabilmesi için öncelikle oluşan ölçüm modelinin uyum iyiliği istatistiklerinin istenen değerleri sağlaması gerekir. Uyum iyiliği istatistikleri istenen değerleri sağladıktan sonra, yapı geçerliliğinin iki alt unsuru olan yakınsama ve diskriminant geçerliliklerinin istenen şartları sağlamaları gerekir. Yakınsama geçerliliğinin sağlanabilmesi için yapıların tüm maddelerinin standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0.50 ve üzerinde ($t > 1.96$) olması, CR değerinin 0.60 ve üzerinde olması, AVE değerinin ise 0.50 ve üzerinde olması gerekir (Hair vd., 2010: 708-709). Diskriminant geçerliliğinin sağlanabilmesi için ise yapılar arasında 0.85’i aşan bir korelasyon değerinin bulunmaması gerekir (Kline, 2011: 116).

Keşfedici faktör analizinde elenen sorular doğrulayıcı faktör analizine dahil edilmemiştir. Ölçek için gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizi sonucunda oluşan ilk ölçüm modelinin uyum iyiliği istatistikleri kabul edilebilir düzeyde olmakla birlikte, ölçüm modelinde yer alan YOAF4 maddesinin standartlaştırılmış faktör yükünün (0.45) 0.50’den az olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle YOAF4 maddesi ölçüm modelinden çıkarılarak doğrulayıcı faktör analizi yeniden gerçekleştirilmiş ve ölçeğin son ölçüm modeli elde edilmiştir. Ölçeğin son ölçüm modelinin uyum iyiliği istatistikleri kontrol edildiğinde χ^2/sd (1.59) ve RMSEA (0.044) istatistiklerinin iyi uyum düzeyinde olduğu; NFI (0.90), NNFI (0.95), CFI (0.96), GFI (0.93), AGFI

(0.90) istatistiklerinin ise kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu tespit edilmiştir (Şimşek, 2007; Çelik ve Yılmaz, 2013).

Son ölçüm modelinin istenen uyum iyiliği değerlerini sağladığı tespit edildikten sonra, ölçeğin son ölçüm modelinin yapı geçerliliği sorgulanmalıdır. Yapı geçerliliğinin ilk unsuru olan yakınsama geçerliliğine ilişkin parametreler ve son ölçüm modelinin parametre değerleri Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Son Ölçüm Modeli Parametre Değerleri

Örtük ve Gözlenen Değişkenler	Standart. Faktör Yüğü	t-değeri	CR	AVE
YOAKT			0.587	0.32
YOAF5	0.65	9.56		
YOAF3	0.50	7.43		
YOPF2	0.55	8.21		
YOPAS			0.703	0.45
YOPF3	0.76	12.15		
YOPF4	0.71	11.35		
YOPF6	0.51	8.13		
DSAKT			0.624	0.36
ZKOE5	0.62	9.58		
ZKOE3	0.56	8.60		
DSYA3	0.61	9.31		
ZARKO			0.828	0.71
ZKOE1	0.72	12.64		
ZKOE2	0.95	16.67		
TETAK			0.716	0.56
TTSA2	0.69	11.29		
TTSA1	0.80	12.97		
GERCE			0.659	0.40
GDCF1	0.54	8.27		
GDCF2	0.76	11.28		
GDCF3	0.57	8.83		
DOIYI			0.758	0.51
DOIY2	0.78	13.46		
DOIY1	0.76	13.21		
GDCF4	0.60	10.19		

Tablo 3, ölçüm modelinin yakınsama geçerliliği bakımından incelendiğinde yapıların tüm maddelerinin standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0.50 ve üzerinde olup istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($t > 1.96$) görülmektedir. CR ve AVE değerleri bakımından ise ZARKO (CR: 0.828; AVE: 0.71), TETAK (CR: 0.716; AVE: 0.56) ve DOIYI (CR: 0.758; AVE: 0.51) örtük değişkenlerinin hem CR (> 0.60) hem de AVE (> 0.50) değerleri bakımından istenen değerleri sağladığı görülmektedir. YOPAS (CR: 0.703; AVE: 0.45), GERCE (CR: 0.659; AVE: 0.40) ve DSAKT (CR: 0.624; AVE: 0.36) örtük değişkenlerinin ise CR (> 0.60) değerleri bakımından istenen değerleri sağlamakla birlikte AVE değerleri bakımından olması istenen değer olan 0.50'den düşük değerlere sahip oldukları görülmektedir. Ancak ölçüm modelinde yer alan bir örtük değişkenin AVE değeri istenen değer olan 0.50 değerinden düşük olsa dahi eğer o örtük değişkenin bileşik güvenilirlik (CR)

değeri 0.60 ve üzerinde bir değere sahip ise; ilgili örtük değişkenin yakınsama geçerliliği şartını sağladığı kabul edilir (Fornell ve Larcker, 1981: 25; Huang vd., 2013: 219). Son olarak YOAKT (CR: 0.587; AVE: 0.32) örtük değişkeninin ise hem CR (> 0.60) hem de AVE (> 0.50) değerleri bakımından istenen değerleri sağlamadığı görülmektedir. Tüm bu açıklamalar doğrultusunda ölçeğin ölçüm modelinde yer alan ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, DSAKT örtük değişkenlerinin standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0.50 ve üzerinde ($t > 1.96$) olduğu, CR değerlerinin 0.60 ve üzerinde olduğu, AVE değerlerinin 0.50 ve üzerinde olduğu veya AVE değerleri istenen değer olan 0.50 değerinden düşük olsa bile CR değerlerinin 0.60 ve üzerinde bir değere sahip olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, DSAKT örtük değişkenlerinin yakınsama geçerliliğine sahip oldukları ifade edilebilir. YOAKT örtük değişkeni ise hem CR hem de AVE değerleri bakımından istenen değerleri sağlamadığından yakınsama geçerliliğine sahip değildir.

Yakınsama geçerliliğinden sonra ölçüm modeli hakkında incelenmesi gereken diğer husus diskriminant geçerliliğidir. Tablo 4'te son ölçüm modelinin diskriminant geçerliliği bilgileri yer almaktadır. YOAKT örtük değişkeni yakınsama geçerliliğine sahip olmadığından, diskriminant geçerliliği analizine dahil edilmemiştir.

Tablo 4: Son Ölçüm Modeli Diskriminant Geçerliliği Korelasyon Katsayıları

	YOPAS	DSAKT	ZARKO	TETAK	GERCE	DOIYI
YOPAS	1					
DSAKT	0.097	1				
ZARKO	0.165	0.383	1			
TETAK	0.010	0.371	0.399	1		
GERCE	0.097	0.248	0.279	0.312	1	
DOIYI	0.290	-0.044	0.163	-0.023	0.188	1

Tablo 4'te yer alan örtük değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları incelendiğinde 0.85 değerini aşan herhangi bir değere rastlanmamıştır. Bu doğrultuda, ölçeğin son ölçüm modelinin diskriminant geçerliliğine sahip olduğu ifade edilebilir.

Sonuç olarak, ölçeğin son ölçüm modelinin YOAKT örtük değişkeni haricindeki tüm örtük değişkenleri yakınsama ve diskriminant geçerliliklerini sağladığından ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olan geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu ifade edilebilir. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen sonuçların keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçlarıyla da tutarlı olduğu ifade edilebilir.

2.3.5. Etik Konular

Bu araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 23.01.2023 tarih ve E-35523585-302.99-75448 sayılı karar numarası ile Etik Kurul izni alınmıştır.

Sonuç

Etik Tüketici Ölçeği yayınlandığı dönemden beri oldukça ilgi gören ve ülkemizde de birçok çalışmada kendisine yer verilen bir ölçektir. Ölçeğin 1992 yılında yayınlanan ilk versiyonun geçerliliği ve güvenilirliği uzun yıllar çeşitli çalışmalarda sorgulanmıştır. İlerleyen yıllarda ölçeğin yenilenmesine ve güncellenmesine duyulan ihtiyaç doğrultusunda 2005 yılında ölçeğin ikinci versiyonu yayınlanmıştır. Muncy ve Vitell'in (1992) ilk yayınladıkları (ilk versiyon) ölçek 21 soru ve 4 alt boyuttan oluşurken, Vitell ve Muncy (2005) tarafından yayınlanmış olan güncellenmiş ikinci versiyonda toplamda 10 soru ve 3 yeni alt boyut ilk versiyona eklenmiştir. Böylece ölçek toplamda 31 soru ve 7 alt boyuttan oluşan bir ölçek haline gelmiştir. Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) yayınladıkları ikinci versiyonda farklılık arz eden önemli bir husus ise ölçeğe yeni eklenen "Geri Dönüşüm/Çevresel Farkındalık" ve "Doğru Olanı/İyi Olanı Yapmak" alt boyutlarının sorularını ters kodlama gerektirecek yapıda kullanmış olmalarıdır. Vitell ve Muncy (2005: 274) yeni ekledikleri alt boyutlar ve sorulara yönelik olarak çalışmalarında bir geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasına yer vermemişlerdir. Ancak ölçeği kullanmayı planlayan gelecekteki çalışmalarda bu yeni eklenen alt boyutların ve soruların geçerliliklerinin ve güvenilirliklerinin sorgulanması tavsiyesinde bulunmuşlardır. Ayrıca Vitell ve Muncy (2005: 269) kendi çalışmalarında ölçek sorularını yaşanan bir durum veya olay cümlesi şeklinde (1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- Kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum) tasarlayıp sormuş olmalarına rağmen, gelecekteki çalışmaların ölçek sorularını bir yargı cümlesi vb. şeklinde sorabileceğini ve yanıt kategorilerinin "1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum" olarak düzenlenebileceğini tavsiye etmişlerdir.

Türkiye'de ölçekle ilgili gerçekleştirilen çalışmalar genellikle Muncy ve Vitell'in (1992) yayınladıkları ilk versiyonu kullanırken, Tiltay ve Torlak (2011) çalışmalarında Vitell ve Muncy (2005) tarafından yayınlanan ikinci versiyonu kullanmışlardır. Tiltay ve Torlak (2011: 105-107) ölçeğin Türkçe'ye uyarlanmasını gerçekleştirirken hem soruları hem de soruların yanıt kategorilerini Vitell ve Muncy (2005)'in çalışmasında olduğu gibi aynen kullanmışlardır. Bununla beraber Vitell ve Muncy'nin (2005) tavsiyesine uyarak ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini sorgulamak adına ölçek uyarılma süreçlerini (uzman görüşleri, İngilizce'den Türkçe'ye Türkçe'den İngilizce'ye çeviri, pilot çalışma vb.) yerine getirmişler ve ölçeğin yapı geçerliliğini sorgulamak için keşfedici faktör analizi, güvenilirlik analizi ve doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirmişlerdir. Tiltay ve Torlak'ın (2011: 111-113) keşfedici faktör analizi sonuçları (27 soru, 5 boyut, KMO: 0.905,

Açıklanan varyans: %57.59) ve güvenilirlik analizi sonuçları (Cronbach alfa: 0.85) istenen değerleri sağlarken, doğrulayıcı faktör analizi sonuçları için benzer şeyi söylemek mümkün değildir. Doğrulayıcı faktör analizinde yapı geçerliliğinin sorgulanabilmesi için ölçüm modelinin uyum iyiliği istatistiklerini sağlamanın yanında, yapı geçerliliğini temsil eden yakınsama ve diskriminant geçerliliklerinin de sağlanması gerekir. Tiltay ve Torlak'ın (2011: 113-114) doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde ettikleri uyum indeksleri değerlerinden (χ^2/sd : 5.52; AGFI: 0.78, GFI: 0.81, CFI: 0.91, NFI: 0.90, RMSEA: 0.088) NFI haricindekilerin değerleri kabul edilebilir uyum düzeyinde olmadığı gibi, Tiltay ve Torlak (2011) ölçüm modelinin yakınsama ve diskriminant geçerliliklerini de irdelememişlerdir.

Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) ölçeğe yeni eklenen soruların ve boyutların geçerliliğinin ve güvenilirliğinin yeni çalışmalarda sorgulanması, ölçeğin yanıt kategorilerinin yeni çalışmalarda farklı şekilde (kesinlikle katılmıyorum, kesinlikle katılıyorum vb.) kullanılarak denenmesi tavsiyeleri ile Tiltay ve Torlak'ın (2011) tüketici etiği ölçeği geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesinin faydalı olacağı yönündeki tavsiyeleri ve ölçeğin yapı geçerliliğini tam anlamıyla sorgulamamış olmaları göz önünde bulundurulduğunda, tüketici etiği ölçeklerinin geliştirilmesi ve geçerlilik ile güvenilirliklerinin sorgulanması bakımından bir literatür boşluğunun varlığı aşıkardır. Bu çalışmada, Vitell ve Muncy (2005) tarafından geliştirilip Tiltay ve Torlak (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Tüketici Etiği Ölçeği'nin geçerliliği ve güvenilirliği günümüz koşullarında sorgulanarak ölçeğin geçerliliğine, güvenilirliğine ve gelişimine katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada ölçekte bazı uyarlamalar gerçekleştirilmiştir. Öncelikle Vitell ve Muncy'nin (2005: 274) ölçeğin yanıt kategorilerinin yeni çalışmalarda “kesinlikle katılmıyorum, kesinlikle katılıyorum vb.” şeklinde kullanılarak denenmesi tavsiyesinin Tiltay ve Torlak'ın (2011) çalışmasında gerçekleştirilmediği de göz önünde bulundularak ölçeğin soruları yargı cümlesi şekline dönüştürülmüş ve yanıt kategorileri “1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde uyarlanmıştır. Ayrıca ölçekte yer alan ve günümüzde anlaşılması zor olan 5 sorunun (YOAF2, YOPF1, YOPF4, YOPF5, ZKOE3) uyarlaması gerçekleştirilerek günümüz koşullarına uygun olacak şekilde güncellenmesi (örneğin, “kablolu TV'nin” ifadesi yerine günümüz koşullarında daha fazla kullanılan ve güncel olan “internetin” ifadesi yazılarak uyarlama) sağlanmıştır. Ölçekte ilgili gerçekleştirilen son uyarlama ise “Geri Dönüşüm/Çevresel Farkındalık” ve “Doğru Olanı/İyi Olanı Yapmak” alt boyutlarına ilişkindir. Bu boyutlarda yer alan sorular orijinal ölçekte ters kodlama yapılacak şekilde kullanılırken, bu çalışmada ters kodlama yapmaya gerek kalmayacak şekilde uyarlanarak kullanılmıştır.

Ölçekteki tüm bu uyarlamalar ve güncellemeler sonrasında kolayda örnekleme ve çevrimiçi anket yöntemleriyle veri toplanmıştır. Toplanan veriler düzenlenip kodlandıktan sonra analizler gerçekleştirilmiştir. Veriler ilk

olarak keşfedici faktör analizine tabi tutulmuştur. Keşfedici faktör analizi sonucunda DOIY4, DSYA5, DSYA4, DSYA1, DSYA2, YOPF5, YOAF2, YOPF1, ZKOE4, YOAF1, DOIY3 maddeleri elenmiş ve literatürle uygun şekilde 7 boyutlu (toplam 20 soru), KMO değeri 0.747 (Bartlett test: 0.000) ve açıklanan varyans değeri % 64.852 olan bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen 7 boyut ve boyutları oluşturan maddeler incelendiğinde çeşitli maddelerin altında yer almaları gerektiği boyutlardan farklı olan boyutlarla bütünleştiği (GERCE boyutunun GDCF4 maddesinin DOIYI boyutu ile, YOPAS boyutunun YOPF2 maddesinin YOAKT boyutu ile, ZARKO boyutunun ZKOE3 ve ZKOE5 maddelerinin ise DSAKT boyutu ile) görülmektedir. Bu maddeler ve altında bütünleştikleri boyutlar incelendiğinde, boyutların altında yer alan maddeler ile bu boyutlara bütünleşen maddelerin benzer anlama sahip oldukları görülmektedir. Bu bakımdan bahsi geçen maddelerin ilgili boyutlarla bütünleşmesi anlamlı ve kabul edilebilir bir durum olarak ifade edilebilir. Böylelikle ölçeğin keşfedici faktör analizi bağlamında geçerli bir ölçek olduğu belirtilebilir. Keşfedici faktör analizi sonucunda elde edilen boyutlar güvenilirlik analizine tabi tutulduğunda tüm boyutların Cronbach Alfa değerlerinin 0.60 ve üzerinde olduğu (YOAKT: 0.606; YOPAS: 0.683; DSAKT: 0.624; ZARKO: 0.813; TETAK: 0.711; GERCE: 0.653; DOIYI: 0.752) tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ölçeğin keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizi bağlamında geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu belirtilebilir.

Keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonrasında, oluşan yapıların (boyutların) yapı geçerliliğini sorgulamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda YOAF4 maddesi elenmiştir. Ölçeğe ilişkin elde edilen son ölçüm modelinin uyum iyiliği istatistiklerinin iyi veya kabul edilebilir uyum düzeyinde (χ^2/sd : 1.59; RMSEA: 0.044; NFI: 0.90; NNFI: 0.95; CFI: 0.96; GFI: 0.93; AGFI: 0.90) olduğu tespit edilmiştir. Son ölçüm modelinin istenen uyum iyiliği değerlerini sağladığının tespit edilmesinden sonra yapı geçerliliğinin ilk unsuru olan yakınsama geçerliliği irdelenmiştir. Yakınsama geçerliliği bakımından son ölçüm modelinde yer alan tüm yapılarıdaki maddelerin standartlaştırılmış faktör yüklerinin 0.50 ve üzerinde olup istatistiksel olarak anlamlı ($t > 1.96$) olduğu tespit edilmiştir. CR ve AVE değerleri bakımından ZARKO (CR: 0.828; AVE: 0.71), TETAK (CR: 0.716; AVE: 0.56) ve DOIYI (CR: 0.758; AVE: 0.51) örtük değişkenlerinin istenen değerleri (CR > 0.60; AVE > 0.50) sağladığı tespit edilmiştir. YOPAS (CR: 0.703; AVE: 0.45), GERCE (CR: 0.659; AVE: 0.40) ve DSAKT (CR: 0.624; AVE: 0.36) örtük değişkenlerinin ise CR değerleri bakımından istenen değerleri sağlamakla birlikte AVE değerleri bakımından olması istenen değerden (0.50) düşük değerlere sahip oldukları tespit edilmiştir. Ancak bir örtük değişkenin AVE değeri olması istenen değeri sağlamasa bile o örtük değişkenin bileşik güvenilirlik (CR) değeri 0.60 ve üzerinde bir değere sahip ise; ilgili örtük değişkenin yakınsama geçerliliği şartını sağladığı kabul edilir (Fornell ve Larcker, 1981: 25; Huang vd., 2013: 219). YOAKT (CR: 0.587; AVE: 0.32)

örtük değişkeninin ise CR ve AVE değerleri bakımından istenen değerleri sağlamadığı görülmektedir. Bu doğrultuda ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, DSAKT örtük değişkenlerinin yakınsama geçerliliği şartlarını sağladıklarından yakınsama geçerliliğine sahip oldukları, YOAKT örtük değişkeninin ise şartları sağlamadığı için yakınsama geçerliliğine sahip olmadığı tespit edilmiştir. Ölçeğin son ölçüm modelinin yakınsama geçerliliğine ilişkin tespitlerden sonra, yapı geçerliliğinin diğer unsuru olan diskriminant geçerliliği irdelenmiştir. Yakınsama geçerliliğini sağladığı tespit edilen örtük değişkenler (ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, DSAKT) arasındaki korelasyon katsayıları (Tablo 4) incelendiğinde 0.85 değerini aşan bir değer bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ölçeğin son ölçüm modelinin diskriminant geçerliliğine sahip olduğu belirtilebilir. Sonuç olarak, son ölçüm modelinde yer alan YOAKT örtük değişkeni haricindeki tüm örtük değişkenler hem yakınsama hem de diskriminant geçerliliği şartlarını sağladıklarından, ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olan geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışma literatüre çeşitli açılardan katkılar sağlamıştır. Vitell ve Muncy (2005) çalışmalarında 3 yeni boyutun (TETAK, GERCE, DOIYI) geçerliliklerini ve güvenilirliklerini sorgulamamış ve gelecekteki çalışmaların bunu sorgulamasını tavsiye etmişlerdir. Tiltay ve Torlak (2011: 112-113) çalışmalarında ölçeğin tüm boyutlarına yer vermekle beraber çalışmalarının sonucunda 5 boyutlu bir yapı elde etmişlerdir ve bu 5 boyutun içinde yeni eklenen boyutlardan sadece GERCE ve DOIYI boyutları yer almaktadır. Çalışmanın literatüre sağladığı önemli katkılardan biri, ölçeğin tüm boyutlarının (7 boyut) geçerliliği ve güvenilirliğini ortaya koymasının yanında özellikle Vitell ve Muncy (2005) tarafından ölçeğe yeni eklenen 3 yeni boyutun geçerlilik ve güvenilirliğinin ortaya konmuş olmasıdır. Ayrıca Vitell ve Muncy (2005: 274) ölçeğe ekledikleri yeni boyutlardan ikisinin (GERCE ve DOIYI) sorularını ters kodlama gerektirecek şekilde kullanmışlardır. Oysaki bu çalışmada GERCE ve DOIYI boyutlarında yer alan soruların ters kodlama yapılmasına gerek kalmayacak şekilde uyarlaması yapıp kullanılmış ve geçerlilik ile güvenilirlikleri ortaya konularak literatüre bir diğer katkı sağlanmıştır. Vitell ve Muncy (2005: 269) çalışmalarında ölçek sorularını yaşanan bir durum veya olay cümlesi şeklinde kurgulayıp yanıt seçeneklerini “1- Kesinlikle yanlış olduğuna inanıyorum; 5- Kesinlikle yanlış olmadığına inanıyorum” şeklinde kullanmışlardır. Gelecekteki çalışmalara ise ölçek sorularını bir yargı cümlesi şeklinde sorup yanıt kategorilerini “1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde düzenleyebileceklerini tavsiye etmişlerdir. Tiltay ve Torlak (2011) çalışmalarında ölçeğin sorularında ve yanıt seçeneklerinde herhangi bir değişiklikte bulunmadan Vitell ve Muncy’nin (2005) çalışmasındaki gibi kullanmışlardır. Oysaki bu çalışmada Vitell ve Muncy’nin (2005) tavsiyesi göz önünde bulundurularak ölçeğin soruları yargı cümlesi şekline dönüştürülmüş ve yanıt kategorileri “1- Kesinlikle Katılmıyorum; 5- Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde uyarlanıp kullanılarak geçerlilik ve

güvenilirlikleri ortaya konmuştur. Böylece ölçekle ilgili literatüre önemli bir katkı daha sağlanmıştır. Literatüre sağlanan bir diğer katkı ise ölçekte yer alan ve günümüzde anlaşılması zor olan 5 sorunun (YOAF2, YOPF1, YOPF4, YOPF5, ZKOE3) uyarlaması yapılarak günümüz koşullarına uygun olacak şekilde güncellenmiş olmalarıdır. Çalışmanın özellikle yerel literatüre sağladığı önemli bir katkı ise ölçeğin 2005 yılında yayınlanmış olan versiyonunu kullanan nadir çalışmalardan biri olmasıdır. Yerel literatürde genellikle ölçeğin 1992 yılındaki versiyonu kullanılırken, ölçeğin 2005 yılında yayınlanmış olan versiyonunun kullanımı ise oldukça azdır. Tiltay ve Torlak'ın (2011) çalışmalarında kullanılan 2005 versiyonunun daha sonra herhangi bir çalışmada kullanılmadığı veya yerel geçerliliği ve güvenilirliğinin sorgulanmadığı göz önünde bulundurulduğunda, bu çalışmanın ölçeğin geçerliliğini ve güvenilirliğini günümüz koşullarında ortaya koyarak yerel literatüre katkı sağladığı ifade edilebilir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda gelecekte gerçekleştirilecek olan çalışmalar için bazı önerilerde bulunulabilir. Çalışmanın örnekleme ve örneklem büyüklüğü yeterli olmakla birlikte gelecekteki çalışmalarda farklı örneklemeler kullanarak ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğini genişletici çalışmaların yapılması tavsiye edilebilir. Bu çalışmada elde edilen 7 boyutun altında yer alan bazı maddelerin (soruların) orijinal ölçekten farklı olarak sınıflandığı görülmektedir. Gelecekteki çalışmaların bu çalışmada elde edilen sınıflamanın geçerliliğini ve güvenilirliğini irdeleyip genişletmeleri faydalı olacaktır. Orijinal ölçeğin 31 soru ve 7 boyuttan oluşan uzun bir ölçek olduğu göz önünde bulundurulduğunda, gelecekteki çalışmalarda ölçeğin daha az boyut ve sorudan oluşan kısa versiyonlarının geçerliliğinin ve güvenilirliğinin ortaya konmasıyla ölçeğin kullanılabilirliği kolaylaştırılabilecektir. Bu çalışmada ölçeğin soruları yargı cümlesi şekline dönüştürülmüş, yanıt kategorileri uyarlanmış, anlaşılması zor olan bazı sorular günümüz koşullarına uyarlanarak güncellenmiş ve orijinal ölçekte ters kodlama yapılmasını gerektirecek şekilde kullanılan sorular ters kodlama yapmaya gerek kalmayacak şekilde uyarlanarak kullanılmıştır. Gelecekteki çalışmaların bu çalışmada yapılan uyarlamaları ve düzenlemeleri dikkate alarak ölçek sorularını kullanmaları önerilebilir.

Bu çalışma çeşitli kısıtlar altında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın en önemli kısıtları maliyet ve zaman kısıtlarıdır. Maliyet ve zaman kısıtları doğrultusunda ulaşılabilecek en büyük örnekleme ulaşabilmek amacıyla veri toplama yöntemi olarak kolayda örnekleme ve çevrimiçi anket yöntemlerine başvurulmuştur.

Hakem değerlendirmesi: Dış Bağımsız

Yazar Katkısı: Günay Kurtuldu %100.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Çalışma için destek alınmamıştır.

Etik Onay: Bu araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için Kırklareli Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 23.01.2023 tarih ve E-35523585-302.99-75448 sayılı karar numarası ile Etik Kurul izni alınmıştır.

Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Peer Review: Independent double-blind

Author Contributions: Günay Kurtuldu %100.

Funding and Acknowledgement: No support was received for the study.

Ethics Approval: Ethics Committee permission was obtained from the Scientific Research and Publication Ethics Committee of Kırklareli University with the decision number E-35523585-302.99-75448 dated 23.01.2023 in order to carry out this research.

Conflict of Interest: There is no conflict of interest with any institution or person related to the study.

Kaynakça

- Altay, Ş. (2016). Tüketicilerin etik algılamaları üzerinde demografik faktörlerin etkisinin araştırılmasına yönelik bir araştırma. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 201-215.
- Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çelik, H.E. ve Yılmaz, V. (2013). *Lisrel 9.1 ile yapısal eşitlik modellemesi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Fornell, C. ve Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gegez, A. E. (2010). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis a global perspective*. Pearson, 7th Edition, Global Edition.
- Huang, C.C., Wang, Y.M., Wu, T.W. ve Wang P.A. (2013). An empirical analysis of the antecedents and performance consequences of using the moodle platform. *International Journal of Information and Education Technology*, 3(2), 217-221. <https://doi.org/10.7763/IJiet.2013.V3.267>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Publications.
- Koçer, L. L., ve Gülsoy, M. (2020). Makyavelist kişilik özelliklerinin tüketicilerin etik dışı davranışlarına etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19. Uluslararası İşletmecilik Kongresi Özel Sayısı, 1-21. <https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.844560>

- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Muncy, J. A. ve Vitell, S. J. (1992). Consumer ethics: an investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of Business Research*, 24 (4), 297-311. [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0148-2963\(92\)90036-B](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0148-2963(92)90036-B)
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama araştırmaları, teknikler ve (SPSS destekli) uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Nill, A. ve Schibrowsky, J. A. (2007). Research on marketing ethics: A systematic review of the literature. *Journal of Macromarketing*, 27(3), 256-273. <https://doi.org/10.1177/0276146707304733>
- Oyman, M. (2004). Tüketici etiği: ülkelerarası karşılaştırmalara ve demografik faktörlere dayalı bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 77-90.
- Özden, A. T. (2019). Etik tüketici davranışı: marka odaklı karar verme tarzı ve demografik değişkenlere göre incelenmesi üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 215-238. <https://doi.org/10.18037/ausbd.632000>
- Saray, M. T. ve Hazer, O. (2017). Etik tüketici ölçeğinin Türkçe uyarlaması; geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin bir çalışma: Hacettepe Üniversitesi örnekleme. *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 2(4), 258-283.
- Schlegelmilch, B. B. ve Öberseder, M. (2010). Half a century of marketing ethics: Shifting perspectives and emerging trends. *Journal of Business Ethics*, 93, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0182-1>
- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş*. Ankara: Ekinoks.
- Tavşancıl, E. (2014). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tiltay, M. A. ve Torlak, Ö. (2011). Materyalist eğilim, dini değerler, marka bağlılığı ve tüketici ahlakı arasındaki ilişkiler. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(7), 93-130.
- Varinli, İ. (2000). Tüketici etiği ve üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(1), 297-309.
- Vitell, S. J. ve Muncy, J. (2005). The Muncy–Vitell consumer ethics scale: A modification and application. *Journal of Business Ethics*, 62, 267-275. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-7058-9>

Extended Abstract

The validity and reliability of the first version of the Consumer Ethics Scale, published in 1992, have been questioned in various studies. The second version of the scale was published in 2005. While the first version of the scale

by Muncy and Vitell (1992) consisted of 21 questions in 4 sub-dimensions, 10 questions and 3 new sub-dimensions were added to the updated version of the scale by Vitell and Muncy (2005). So, in the final version, there are 31 questions in 7 sub-dimensions. Vitell and Muncy (2005: 274) used negative questions in the sub-dimensions of “Recycling/Environmental Awareness” and “Doing the Right Thing/Doing Good” that were added to the second version. Their study did not include validity and reliability tests for the new sub-dimensions and questions. However, they recommended that the validity and reliability of these new sub-dimensions and questions should be investigated in future studies. Moreover, although Vitell and Muncy (2005: 269) have designed the scale questions in the form of an experienced situation or event sentence in their studies, they recommended that future studies may ask the scale questions as judgment sentences and collect the answers as Likert scale (1- Strongly Disagree; 5- Strongly Agree).

While most related studies in Turkish literature use the first version, Tiltay and Torlak (2011) used the second version of the scale. Tiltay and Torlak (2011: 105-107) used both the questions and the answer categories of the questions precisely as in the study of Vitell and Muncy (2005) while adapting the scale to Turkish. However, they investigated the validity and reliability of the scale and performed exploratory factor analysis, reliability analysis, and confirmatory factor analysis. The results of the exploratory factor analysis and reliability analysis of Tiltay and Torlak (2011: 111-113) provided acceptable values. However, the values of fit indices of confirmatory factor analysis, except for NFI (0.90), were not at an adequate level of fit, and they did not examine the convergence and discriminant validity of the measurement model.

We believe there is a literature gap about the validity and reliability of the Consumer Ethics Scale for several reasons: a) recommendations of Vitell and Muncy (2005: 274) to question the validity and reliability of the new questions and dimensions in new studies, b) their recommendation to try the new response categories (1- Strongly Disagree; 5- Strongly Agree) for the scale, c) recommendations of Tiltay and Torlak (2011) that it would be beneficial to carry out consumer ethics scale development studies, d) Tiltay and Torlak (2011) did not fully question the construct validity of the scale. This study tried to contribute to the validity, reliability, and development of the scale developed by Vitell and Muncy (2005) and adapted into Turkish by Tiltay and Torlak (2011) by investigating the validity and reliability.

In this study, some adaptations were made to the scale. First of all, the questions of the scale were transformed into judgment sentences, and the response categories were indicated as “1- Strongly Disagree; 5- Strongly Agree”. In addition, five questions in the scale that are difficult to understand were adapted and updated according to today’s conditions. The last adaptation of the scale is that the questions in the sub-dimensions of

“Recycling/Environmental Awareness” and “Doing the Right Thing/Doing Good” were asked as positive statements in contrast to the original text.

The data from a sample of 305 people were collected by convenience sampling and via an online survey. As a result of exploratory factor analysis (EFA), 11 questions were eliminated, and a structure with 7 dimensions (20 questions; KMO: 0.747; Bartlett test: 0.000; Explained Variance: 64.852%) was identified parallel to the literature. According to reliability analysis, Cronbach Alpha values of all dimensions identified from EFA are 0.60 and above (YOAKT: 0.606; YOPAS: 0.683; DSAKT: 0.624; ZARKO: 0.813; TETAK: 0.711; GERCE: 0.653; DOIYI: 0.752). Accordingly, it can be stated that the scale is valid and reliable according to EFA and reliability analysis.

In order to investigate the construct validity of the constructs (dimensions), confirmatory factor analysis was performed, and 1 question was eliminated. It was determined that the goodness of fit statistics of the last measurement model obtained for the scale are at a good or acceptable level of fit (χ^2/sd : 1.59; RMSEA: 0.044; NFI: 0.90; NNFI: 0.95; CFI: 0.96; GFI: 0.93; AGFI: 0.90). In terms of convergent validity, the standardized factor loadings of the items in all constructs in the final measurement model were 0.50 and above, and statistically significant ($t > 1.96$). In terms of CR and AVE values, it was determined that the latent variables ZARKO (CR: 0.828; AVE: 0.71), TETAK (CR: 0.716; AVE: 0.56), and DOIYI (CR: 0.758; AVE: 0.51) are above the desired values (CR > 0.60; AVE > 0.50). It was determined that the latent variables YOPAS (CR: 0.703; AVE: 0.45), GERCE (CR: 0.659; AVE: 0.40), and DSAKT (CR: 0.624; AVE: 0.36) provided the desired values in terms of CR values, but had values lower than the desired value (0.50) in terms of AVE values. However, even if the AVE value of a latent variable does not have the desired value, if the composite reliability (CR) has a value of 0.60 and above, it is assumed that the related latent variable satisfies the convergent validity condition (Fornell and Larcker, 1981; Huang et al., 2013). It is seen that the latent variable YOAKT (CR: 0.587; AVE: 0.32) does not have the desired values in terms of both CR and AVE. Thus, it has been determined that the ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, and DSAKT latent variables have convergent validity, while the YOAKT latent variable does not have convergent validity. The correlation coefficients between the latent variables (ZARKO, TETAK, DOIYI, YOPAS, GERCE, DSAKT) that satisfy convergent validity do not exceed 0.85. Accordingly, it can be stated that the final measurement model of the scale has discriminant validity. As a result, it can be stated that the scale is valid and reliable with construct validity since all latent variables, except for the YOAKT latent variable, meet the conditions of both convergence and discriminant validity.

EK 1: Ölçekler

TÜKETİCİ ETİĞİ ÖLÇEĞİ
Yasal Olmayan Bir Eylemden Aktif Olarak Faydalanmak (YOAKT)

<p>YOAF1. Satın alınan bir ürünü bireysel kullanım hatası yüzünden zarar gördüğünde iade etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOAF2. Üzerinde fiyat etiketi bulunmayan bir ürünün fiyatını kasiyere gerçek fiyatından daha düşük söylemenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOAF3. Başkasına ait bir kullanıcı adı ve şifresini izinsiz kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOAF4. Bir markette parasını ödmeden bir şişe meşrubat içmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOAF5. Kaybolan bir eşyanın parasını sigorta şirketinden alabilmek için onu çalınmış olarak göstermenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p>
<p>Yasal Olmayan Bir Eylemden Pasif Olarak Faydalanmak (YOPAS)</p>
<p>YOPF1. Yeni taşınılan bir binada internetin hâlâ kullanılabilir olduğu fark edildiğinde kimseye söylemeden ve parasını ödmeden onu kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOPF2. Daha düşük bir ücret ödemek ya da hiç ödememek amacıyla çocukların yaşı hakkında yalan söylemenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOPF3. Bir ürünün ücretini öderken kasiyerin fiyatı eksik hesapladığı fark edildiğinde bunun hakkında bir şey söylememenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOPF4. Bir alışverişte fazladan para üstü alındığında bunu satıcıya söylememenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOPF5. Bir firmanın hem ürün sattığı hem de bedava ürün dağıttığı müşteri kulübüne (topluluğuna), satın alma amacı olmadan sadece bedava dağıtılacak ürünleri almak için katılmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>YOPF6. Bir mağazada hırsızlık yapıldığına şahit olduğunda bunu önemsememenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p>
<p>Doğruluğu Şüpheli/ Sorgulanabilir Fakat Yasal Olan Bir Uygulamadan Aktif Olarak Faydalanmak (DSAKT)</p>
<p>DSYA1. Ürün alırken tarihi geçmiş bir indirim kuponunu kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>DSYA2. Bir ürünü, hediye olmasa bile hediye olduğunu iddia ederek iade etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>DSYA3. Ürün alırken bir başkası tarafından verilen kuponları kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>DSYA4. Yeni bir otomobilin fiyatı hakkında pazarlık ederken yalan söylemenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>DSYA5. Gelir vergisi öderken gerçek geliri gizlemenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p>
<p>Zararı ve Kötülüğü Olmayan Eylemler (ZARKO)</p>
<p>ZKOE1. Bilgisayarda korsan yazılım kullanmanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>ZKOE2. Satın almak yerine bir başkasından CD/DVD kopyalamanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>ZKOE3. Bir ürünü satın alıp kullandıktan sonra beğenilmediği gerekçesiyle iade etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>ZKOE4. Televizyondan sevilen bir filmi ya da diziyi kaydetmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>ZKOE5. Bir mağazada saatlerce hiçbir şey satın almadan kıyafetleri denemenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p>
<p>Telif Hakkı Kapsamındaki Materyalleri İnternette İndirme/Taklit Ürün Satın Almak (TETAK)</p>
<p>TTSA1. Satın almak yerine İnternet'ten müzik indirmeyi tercih etmenin yanlış olduğuna inanıyorum.</p> <p>TTSA2. Orijinal markalı ürünler yerine taklitlerini satın almanın yanlış olduğuna inanıyorum.</p>
<p>Geri Dönüşüm/Çevresel Farkındalık (GERCE)</p>
<p>GDCF1. Çevre dostu etiketli ürünleri rakipleri kadar iyi olmasa bile satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.</p> <p>GDCF2. Yeniden kullanılabilir malzemeden yapılmış ürünleri daha pahalı olmasına rağmen satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.</p> <p>GDCF3. Sadece çevreyi koruma konusunda kararlı ve bu yönde çabaları olan firmaların ürünlerini satın almanın doğru olduğuna inanıyorum.</p>

GDCF4. Konserveler kutusu, şişe, gazete gibi malzemeleri geri dönüşümde kullanılması için ayırmanın doğru olduğuna inanıyorum.
Doğru Olanı/İyi Olanı Yapmak (DOIYI)
DOIY1. Kasiyerin yanlışlıkla faturaya ilave etmeyi unuttuğu bir ürün için mağazaya geri dönmek ve ödeme yapmanın doğru olduğuna inanıyorum. DOIY2. Satıcı tarafından eksik hesaplanmış bir faturayı düzeltmenin doğru olduğuna inanıyorum. DOIY3. Bir garsona beklediğinden daha fazla bahşiş vermenin doğru olduğuna inanıyorum. DOIY4. İşçilerine adil davranmadığına inanılan bir firmanın ürünlerini satın almamanın doğru olduğuna inanıyorum.