

CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Article Type</u>	<u>Page No</u>
1	THE EFFECT OF INSTAGRAM ON PURCHASE BEHAVIOR OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE FRAMEWORK OF INFORMATION ADOPTION MODEL, ATTITUDE TOWARDS INFORMATION AND PERCEIVED RISK: THE CASE OF YOZGAT BOZOK UNIVERSITY VOCATIONAL SCHOOL	RESEARCH	62-80
2	EFFICIENT SUPPLIER QUALITY MANAGEMENT AND PORTAL USAGE IN SUPPLIER RELATIONS: A CASE OF vSRM	RESEARCH	81-110
3	A QUALITATIVE RESEARCH ON THE EFFECT OF AESTHETIC SENSE TRANSFERED BY ADVERTISEMENTS ON THE FORMATION OF COMMODITY FETISHISM	RESEARCH	111-130
4	IS TECHNOLOGY ANXIETY EFFECTS CONSUMERS' TECHNOLOGY ACCEPTANCE?	RESEARCH	131-149
5	QUANTITATIVE PERCEPTIONS OF BACKUS'S E-GOVERNANCE MODEL	RESEARCH	150-161
6	A RESEARCH ON THE ROLE OF CONSUMER INVOLVEMENT AND PRODUCT KNOWLEDGE LEVELS ON PURCHASING DECISIONS	RESEARCH	162-183

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Makale Türü</u>	<u>Sayfa No</u>
1	BİLGİYİ BENİMSEME MODELİ, BİLGİYE KARŞI TUTUM VE ALGILANAN RİSK ÇERÇEVESİNDE INSTAGRAMIN ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİSİ: YOZGAT BOZOK ÜNİVERSİTESİ MYO ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	62-80
2	ETKİN TEDARİKÇİ KALİTE YÖNETİMİ VE TEDARİKÇİ İLİŞKİLERİNDE PORTAL KULLANIMI: vSRM ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	81-110
3	REKLAMLARLA AKTARILAN ESTETİK DUYGUNUN META FETİŞİZMİ OLUŞUMUNA ETKİSİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA	ARAŞTIRMA	111-130
4	TEKNOLOJİ KULLANIM ENDİŞESİ TÜKETİCİNİN TEKNOLOJİ KABULÜNÜ ETKİLER Mİ?	ARAŞTIRMA	131-149
5	BACKUS'UN E-DEVLET MODELİNİN NİCELİKSEL ALGILARI	ARAŞTIRMA	150-161
6	TÜKETİCİ İLGİLENİM VE ÜRÜN BİLGİ DÜZEYLERİNİN SATIN ALMA KARARLARI ÜZERİNDEKİ ROLÜNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA	ARAŞTIRMA	162-183