

**CONTENTS**

	<b><u>Article Header</u></b>	<b><u>Article Type</u></b>	<b><u>Page No</u></b>
1	THE EFFECT OF EXPERIENTIAL VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION IN THE CONTEXT OF SHOPPING MALLS	RESEARCH	184-203
2	NEW TRENDS IN MARKETING: A RESEARCH ON İÇMELER HEALING WATER FACILITY IN OSMANELİ BİLECİK IN THE SCOPE OF EXPERIENTIAL MARKETING	RESEARCH	204-220
3	EXPLORING FACTORS AFFECTING CONSUMERS' INTENTION TOWARD PURCHASING IMITATION JEWELRY: AN EXTENSION OF THEORY OF PLANNED BEHAVIOR	RESEARCH	221-241
4	THE EFFECT OF PERCEIVED QUALITY OF SERVICE ON THE PATIENT SATISFACTION: A CASE OF A UNIVERSITY HOSPITAL	RESEARCH	242-264
5	DEMYSTIFYING MUSICAL PREFERENCES AT TURKISH MUSIC MARKET THROUGH AUDIO FEATURES OF SPOTIFY CHARTS	RESEARCH	265-279
6	AN EMPIRICAL STUDY FOR DETERMINING THE SHOPPING CENTER PREFERENCES OF CONSUMERS IN BİLECİK	RESEARCH	280-297
7	THE EFFECT OF FACEBOOK, YOUTUBE AND INSTAGRAM ADVERTISEMENTS ON CONSUMERS' BUYING BEHAVIOURS	RESEARCH	298-311

**İÇİNDEKİLER**

	<b><u>Makale Başlığı</u></b>	<b><u>Makale Türü</u></b>	<b><u>Sayfa No</u></b>
1	ALİŞVERİŞ MERKEZLERİ BAĞLAMINDA DENEYİMSEL DEĞERİN MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNE ETKİSİ	ARAŞTIRMA	184-203
2	PAZARLAMADA YENİ EĞİLİMLER: DENEYİMSEL PAZARLAMA KAPSAMINDA BİLECİK İLİ OSMANELİ İLÇESİNDE BULUNAN ŞIFALI SU İÇMELER TESİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	ARAŞTIRMA	204-220
3	TÜKETİCİLERİN TAKLİT MÜCEVHERAT SATIN ALMA NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİ KEŞFETME: PLANLI DAVRANIŞ TEORİSİNİN GENİŞLEMESİ	ARAŞTIRMA	221-241
4	ALGILANAN HİZMET KALİTESİNİN YATAN HASTA MEMNUNİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: BİR ÜNİVERSİTE HASTANESİ ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	242-264
5	TÜRK MÜZİK PAZARINDAKİ MÜZİKAL TERCİHLERİN SPOTIFY MÜZİK LİSTELERİNDEKİ PARÇALARIN SES ÖZELLİKLERİ ARACILIĞIYLA BELİRLENMESİ	ARAŞTIRMA	265-279
6	BİLECİK'TEKİ TÜKETİCİLERİN ALIŞVERİŞ MERKEZİ (AVM) TERCİHLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK AMPİRİK BİR ÇALIŞMA	ARAŞTIRMA	280-297
7	FACEBOOK, YOUTUBE VE INSTAGRAM REKLAMLARININ TÜKETİCİLERİN SATIN ALMA DAVRANIŞLARINA ETKİSİ	ARAŞTIRMA	298-311