

# IJER - Uluslararası İktisadi ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi

## Ijer - International Journal of Economic and Administrative Academic Research

International Indexed & Refereed

ISSN (Online) 2757-959X

[www.ijerdersisi.com](http://www.ijerdersisi.com)

### KAPAK TASARIMI VE BİÇİMSEL ÖZELLİKLERİN KİTAP SATINALMA TERCİHİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ<sup>1</sup>

İbrahim YEMEZ<sup>2</sup>

Sait BARDAKÇI<sup>3</sup>

Yalçın KARAGÖZ<sup>4</sup>

#### ÖZET

Okuyucuların kitap okuma amaçları farklı olsa da kitap seçiminde bazı ortak noktalara dikkat etmektedirler. Ürün olarak ele aldığımızda, kitapların okuyuculara etkili biçimde sunulmasında biçimsel ve tasarımsal üstünlüklerden faydalanılmaktadır. Ürünün tasarımı okuyucu algılamalarını etkilemekte, bu tasarım nihayetinde kitaba karşı olumlu tutumlar ortaya çıkarmakta ve ürün olarak kitap, satın alma niyetine dönüşebilmektedir. Bu çalışmanın amacı kitap kapak tasarımı ve kitabın biçimsel özelliklerinin okuyucuların kitap satın alma tercihleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırmada kapak tasarımı ile ilgili 9; biçimsel tasarımla ilgili 5 ve satın alma tercihini gösteren 3 ifadeden oluşan 17 maddelik 5'li Likert Tipi ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek 18 yaşından büyük ve kitap okuduğunu belirten 289 bireye uygulanmıştır. Araştırma Sivas ili şehir merkezinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre kapak tasarımı, biçimsel özellikler ve satın alma tercihi değişkenlerinin demografik faktörlere göre bir değişiklik göstermediğine ulaşılmıştır. Ayrıca kitabın kapak tasarımı ve biçimsel özellikleri ile okuyucuların kitap satın alma tercihleri arasında pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kitabın kapak tasarımının ve biçimsel özelliklerinin okuyucuların kitap satın alma tercihlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgular doğrultusunda kitap pazarlamacılarının ve yayınevlerinin okuyucu tercihlerini dikkate alırken kitabın kapak tasarımına ve biçimsel özelliklerine gereken önemi vermeleri gerektiği önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kitap Tercihi, Kitap Tasarımı, Okuyucu Davranışları.

### ANALYSIS OF THE EFFECT OF COVER DESIGN AND FORMAL FEATURES ON BOOK PURCHASE

#### ABSTRACT

Although readers have different purposes for reading books, they pay attention to some common points in the selection of books. The design of the product affects the perceptions of the reader, this design ultimately reveals positive attitudes towards the book and the book as a product can turn into a purchase intention. The aim of this study is to reveal the effect of the book cover design and the formal features of the book on the book purchasing preferences of the readers. 9 related to cover design in the research; A 5-item Likert Type scale consisting of 5 expressions about formal design and 3 expressions showing purchasing preferences was used. This scale was applied to 289 individuals over the age of 18 who stated that they have read a book. The research was carried out

<sup>1</sup> Bu çalışma 24-25 Mart 2017 tarihinde Kocaeli'nde gerçekleştirilen 2. Uluslararası Ekonomi Yönetimi ve Pazarlama Kongresinde aynı adla sunulan sözel bildirinin revize edilmiş ve genişletilmiş halidir.

<sup>2</sup> Dr. Arş. Gör., Sivas Cumhuriyet Üniv. İİBF, İşletme Bölümü, [ibrahimyemez@cumhuriyet.edu.tr](mailto:ibrahimyemez@cumhuriyet.edu.tr), ORCID: 0000-0003-3176-6394

<sup>3</sup> Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniv. İİBF, İşletme Bölümü, [sbardakci@cumhuriyet.edu.tr](mailto:sbardakci@cumhuriyet.edu.tr), ORCID: 0000-0003-3720-5029

<sup>4</sup> Prof. Dr., Düzce Üniv., İşletme Fakültesi, [yalcinkaragoz@duzce.edu.tr](mailto:yalcinkaragoz@duzce.edu.tr), ORCID: 0000-0001-5642-6498.

in the city center of Sivas province. According to the results, it was found that the variables of cover design, formal features and purchasing preference did not differ according to demographic factors. In addition, it has been determined that there is a positive and high level of relationship between the cover design and formal features of the book and the book purchasing preferences of the readers. It was concluded that the cover design and formal features of the book affect the book purchasing preferences of the readers. In line with these findings, it was suggested that book marketers and publishers should give due importance to the cover design and formal features of the book while considering the preferences of the readers.

**Keywords:** Book Preference, Book Design, Reader Behavior.

## **GİRİŞ**

Kitap tüketim açısından bakıldığında özel bir yere sahiptir yani özellikli bir üründür. Dolayısıyla kitap okuma eylemi de tüketicilerin yaptığı özel bir tüketim türüdür. Bireyler kitapları bilgi edinmek, araştırma yapmak, hoşça vakit geçirmek, boş vaktini değerlendirmek vb. amaçlarla okumaktadırlar. Okuyucuların bu belirtilen farklı amaçlarla kitap okumaları onların, kitapları satın alırken farklı özelliklerine bakmalarına sebep olmaktadır. Ürünlerin tasarımlarının satın alma tercihleri üzerinde etkili oldukları bilinen bir durumdur. Dolayısıyla kitapların, türü fark etmeksizin, sahip olduğu tasarımı, boyutu, sayfa sayısı, sayfasının yapısı, kapak tasarımında kullanılan renkler ve şekiller vb. özellikleri, kitapların okuyucuların tarafından tercih edilme durumlarını etkilemektedir. Kitabın fiyatı, biçimsel özellikleri, yazarı, konusu, kaynakçası, sayfa sayısı, türü, tavsiye edilip edilmemesi vb. gibi sebepler okuyucunun tercihini şekillendirmektedir. Başka bir ifadeyle hem tüketicinin sahip olduğu özellikler hem de ürünün sahip olduğu özellikler bireyin karar sürecinde önemli rol oynamaktadır (Arslan, 2020).

Her yıl basımı yapılan binlerce kitap arasında tercih edilebilmek için yayınevleri, farklı yöntemler ve uygulamalar geliştirmektedir. Bu uygulama ve yöntemler daha çok kitabın dış yapı özelliklerine yöneliktir. Bir kitap dış yapı özellikleri açısından değerlendirilirken kitabın ebadı, kâğıt ve cilt kalitesi, kapak tasarımı, sayfa düzeni, harf punto büyüklüğü ve kitapta kullanılan resimler dikkat çekmektedir. Saydığımız bu dış yapı özelliklerinden kapak tasarımı, okuyucunun kitaba yönelmesini, kitapla arasında bağ kurmasını ve kitabı tercih etmesini olanak tanıyan ilk uyarıcı durumundadır Yayınevleri de bireylerin kitap satın alma davranışını arttırabilmek için kitapların biçimsel özellikleri ve tasarımlarına büyük önem göstermektedir (Kaplan, 2017: 1575).

Günlük yaşamımızda bir kitapçının önünden geçerken ya da raflara bakarken birçok kitapla birkaç saniye içinde karşı karşıya geliriz. Okuyucunun kitapla ilk buluşması kapak tasarımıyla gerçekleşir. Kapak tasarımı, okuyucuların kitaba yönelmesini, onların ilgisini çekmesini, kitapla arasında bağ kurmasını ve kitabı tercih etmesini sağlar. Bu bağlamda yapılan çalışmalarda kitapların kapak tasarımında aranan özelliklerle ilgili olarak kapağın ilgi çekici ve merak unsurları uyandıracak şekilde tasarlanması, konu ile tutarlı olması, dayanıklı olması, kapakta doğru renklerin tercih edilmesi gibi birtakım ortalıklar bulunmaktadır. Okuyucunun beklentilerini, ilgi ve beğenisini karşılayan bir kapak, kitabın tercih edilerek okunmasına katkı sağlayacaktır (Kaplan, 2017: 1575-1576).

Günümüz rekabetçi yapısında, kitabın vitrin ve kitapçı raflarında okuyucunun öncelikle dikkatini çekmesi bakımından sanatsal ve kavramsal olarak hazırlanmalıdır. Bunun yanı sıra okuyucular farklı amaçlarla kitap okumakta ve bu süreçte bazı ortak noktalara dikkat etmektedirler. Bu nedenle ürün olarak kitapların okuyucularına en iyi biçimde hazırlanmasında biçimsel ve tasarımsal üstünlüklerden faydalanıldığı görülmektedir. Ürünün tasarımı okuyucu algılamalarını etkilemekte, nihayetinde kitaba karşı olumlu tutumlar ortaya çıkabilmekte ve ürün olarak kitap, satın alma niyetine dönüşebilmektedir (Erbaş, 2013:20).

Bu bağlamda bu çalışma kitap kapak tasarımı ve kitabın biçimsel özelliklerinin okuyucuların kitap satın alma tercihleri üzerindeki etkisini ortaya koymasından literatüre katkı sağlamaktadır.

## **1. LİTERATÜR TARAMASI**

Araştırmanın bu bölümünde araştırma konusu ile ilgili literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Düz (2001)'ün "Kitap Kapağı'nda Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal Bir Yaklaşım" adlı çalışmasında, yazarın kitabın metnini oluşturduğu ancak bu metnin piyasaya sürülmesinin, üzerine giydirilecek bir kapakla gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Kapağın, kitabın ömrünü uzattığı, dış etkenlere karşı koruduğu ayrıca kitabın reklamını yaptığı öne sürülmüştür ve iyi bir kapak tasarımının, metnin içeriğini ya da konusunu görsel bir özet olarak dışa vurması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Kurulgan ve Argan (2006)'ın "Yeni Kitap Seçiminde Etkili Olan Biçimsel Faktörlerin Okuyucu Perspektifinden Değerlendirilmesi" adlı çalışmasından elde edilen bulgulara göre, kitap tasarımlarında kitabın konusu ve anlatım biçimi gibi özelliklere destekleyici olarak kitaplara ait biçimsel faktörlerin de göz ardı edilmemesinin hem satıcı, hem de okuyucu artışının sağlanması yönünden büyük önem taşıdığı tespit edilmiştir. Ürün bağlamında yapılan değerlendirmelerde, iyi tasarlanmış ürünün satışının da yüksek olacağı görüşünden hareketle, kitapların nitelikli biçimsel özelliklerinin okuyucu üzerinde olumlu bir etki yaratacağı söylenebilir. Bu nedenle, kitap basımı yapan yayın evlerinin kitapları okuyucu bakış açısına uygun biçimde tasarlaması ve basması daha yararlı sonuçlar verebileceği belirtilmiştir.

Tokay Argan, Argan ve Kurulgan (2008)'in çalışmaları, kitap seçimindeki biçimsel faktörleri ve bu biçimsel faktörlerin tutumlar üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Çalışma sonucunda, kitap okumada etkili olan beş biçimsel faktör ve kitap okumayı etkileyen dört tutum faktörü ortaya çıkmıştır. Kitap okumada etkili olan biçimsel faktörler; cilt ve kâğıt türü, boyut ve yazım özelliği, sayfalarındaki resim ve şekiller, kapağın şekli ve rengi ile birlikte içindikiler ve kaynakçadır. Bunun yanı sıra, biçimsel özelliklerle ilgili dört tutum faktörü belirlenmiştir. Bunlarında, dikkat ve izlenim, isteklilik, okuma zevki ve kolaylaştırıcılıktır. Sonuçlar ise biçimsel özelliklere ilişkin faktörlerin tutumlar ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Erbaş (2013)'in çalışmasında, renk kullanımının temel işlevinin tasarımda yer alan öğelerin her birinin net bir şekilde algılanmasını sağlamak ve kullanılan renkler ile mesajı katkı sağlamak olduğu belirlenmiştir. Kitap kapağının tasarımında yer alan öğeler kadar kullanılan renklerin de okuyucunun beğeneceği şekilde hazırlanmasının büyük önem taşıdığı ve günümüzde özellikle her alanda yaşanan rekabet koşullarında, en fazla gözün hoşuna gidecek görsellikte bir tasarımın satın almayı da beraberinde getirdiği tespit edilmiştir.

Öztürk ve Can (2013)'in İlköğretim 5.Sınıf Öğrencilerinin Elektronik Kitap Okumaya İlişkin Görüşleri adlı çalışmasına göre, kitapların biçimsel özelliklerinin kitap okuma üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Kitapların biçimsel özellikleri bir kitabın dikkat çekmesini ve tercih edilmesini etkilerken, aynı zamanda okuma esnasında okuyucuya bazı olumlu veya olumsuz deneyimler yaşatabildiği ve bu açıdan kitabın biçimsel özelliklerinin, okuyucunun okumaya yönelik tutumlarını etkileme gücüne sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kaplan (2017)'in çalışmasında ise, kitabın dış yapısını oluşturan ve okuyucu tarafından tercihi konusunda belirleyici unsurun kitabın kapak tasarımı olduğu belirlenmiştir. Kapak tasarımı, okuyucuya kitapla ilgili fikir vermenin yanı sıra okuyucuyu kitaba karşı meraklandırır. Günümüzde bu özelliklere ilave olarak reklam ve pazarlamanın etkisiyle kapak

tasarımlarında propaganda tekniklerine de yer verildiği ve kullanılan tekniklerle okuyucunun tercihi ve satın alma isteğini şekillendirdiği tespit edilmiştir.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Araştırmanın ana kütlesini Sivas ili sınırlarında yaşayan kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma grubunu ise 2017 yılı içerisinde Sivas ili şehir merkezinde yaşayan, 18 yaşından büyük ve kitap okuyan öğrencilerden kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 289 birey oluşturmaktadır. Veriler okuyucularla yüz yüze anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Veriler, sadece anketi doldurmak isteyen gönüllülerden elde edilmiştir.

### **2.2. Veri Toplama Aracı**

Veri toplama aracı olarak kullanılan anketin oluşturulmasında Argan vd. (2008)'nin yaptığı çalışmadan yararlanılmıştır. Söz konusu anket katılımcılara ait demografik bilgileri içeren demografik bilgi formu ve 5'li Likert tipi maddelerden oluşmaktadır. Likert tipi maddeler ise kapak tasarımı ile ilgili 9 ifade; biçimsel tasarımla ilgili 5 ifade ve son olarak satın alma tercihinin gösteren 3 ifadeden olmak üzere toplamda 17 ifadeden oluşmaktadır. Demografik ifadelerle beraber veri toplama aracında toplam 25 ifade bulunmaktadır. Bu maddeler Ek 1'de verildiği gibidir.

### **2.3. Kullanılan Analiz Teknikleri**

İlk olarak ölçeğe AFA uygulanmış ve ölçeğin faktör ve madde dağılımı ortaya konulmuştur. Daha sonra ölçeğin geçerliliği ve güvenilirliğine bakılmıştır. Üçüncü aşamada kapak tasarımı, biçimsel özellikler ve satın alma tercihi değişkenlerinin cinsiyet, yaş, gelir durumu, kitaba ayrılan bütçe, kitap okuma süresi, akademik birim ve eğitim durumu gibi bazı demografik faktörler açısından incelenmesinde öncelikle Kolmogorov-Smirnov testi ile normallik sınaması yapılmıştır. Değişkenlerin her üçünün normal dağıldığı ( $p > 0,05$ ) görülmüş ve bu doğrultuda parametrik teknikler olan bağımsız gruplar için t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Ayrıca anlamlı farklılık çıkan faktörlerde farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını görmek için çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Son olarak kapak tasarımı ve biçimsel özelliklerin kitap satın alma tercihi üzerinde etkisinin olup olmadığı ise Pearson korelasyon katsayısı ve basit doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir.

Araştırma verilerinin analizinde kullanılan bağımsız örneklem t testi, tek yönlü ANOVA, korelasyon ve regresyon analizinin yapılması aşamasında IBM SPSS 23.0 paket programından yararlanılmıştır.

## **3. BULGULAR**

### **3.1. Katılımcılara İlişkin Bulgular**

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 1'de görüldüğü gibidir. Tablo 1'e göre katılımcıların %53,6'sı kadınlardan, %46,4'ü ise erkeklerden oluşmaktadır. Yaş dağılımına göre bakıldığında en yüksek katılımın %51,9 ile 18-20 yaş arasındakilerde, en az katılımın ise %1,7 ile 30 yaş ve üzerindekielerde olduğu görülmektedir. Akademik birime göre bakıldığından en yüksek katılım %54,3 ile fakültede okuyanlarda, en az katılım ise %1,7 ile Lisansüstü eğitim görenlerde olduğu görülmektedir.

Aylık gelire göre bakıldığında en yüksek katılım %53,6 ile 1000-1400 TL arası geliri olanlarda, en az katılım ise %9,7 ile 1801-2200 TL geliri olanlarda olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Demografik Değişkenlere İlişkin Frekans Tablosu

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Akademik Birim	Frekans	Yüzde
Kadın	155	53,6	Meslek Y.O.	10	3,5
Erkek	134	46,4	Yüksekokul	19	6,6
<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>	Fakülte	157	54,3
<b>Yaş</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	Enstitü	5	1,7
18-20 yaş	150	51,9	Diğer	98	33,9
21-23 yaş	101	34,9	<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>
24-26 yaş	26	9,0	<b>Kitap Okuma Süresi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
27-29 yaş	7	2,4	Hiç	46	15,9
30 yaş ve üzeri	5	1,7	1 saat	138	47,8
<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>	2 saat	68	23,5
<b>Aylık Gelir</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	3 saat	16	5,5
1000-1400 TL	155	53,6	4 saatten fazla	21	7,3
1401-1800 TL	40	13,8	<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>
1801-2200 TL	28	9,7	<b>Yıllık Kitap Bütçesi</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
2201-2600 TL	31	10,7	Hiç	59	20,4
2601 TL ve üzeri	35	12,1	100 TL ve altı	91	31,5
<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>	101-200 TL	60	20,8
<b>Ödünç Aldığınız Kitap Sayısı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	201-300 TL	41	14,2
Hiç almam	72	24,9	301 TL ve üzeri	38	13,1
1-5 adet	126	43,6	<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>
6-10 adet	42	14,5	<b>Kütüphaneye Gitme Sıklığınız</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
11-15 adet	24	8,3	Yılda birkaç kez	17	5,9
16-20 adet	25	8,7	Ayda birkaç kez	41	14,2
<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>	Her hafta	146	50,5
			Her gün	85	29,4
			<b>Toplam</b>	<b>289</b>	<b>100,0</b>

Yine Tablo 1'e göre kitap okuma süresine göre dağılımda en yüksek katılım %47,8 ile günde bir saat, en az katılım ise %5,5 ile günde 3 saat kitap okuyanlarda olduğu görülmektedir. Kitap satın almaya ayrılan bütçe dağılımına göre bakıldığında en yüksek katılım %31,4 ile 100 TL ve altı olanlarda, en az katılım ise %13,1 ile 301 TL ve üzeri olanlardadır. Yılda ödünç alınan kitap sayısına göre bakıldığında en yüksek katılım %43,6 ile 1-5 adet arası, en az katılım ise %8,3 ile 11-15 adet arası kitap alanlarda olduğu görülmektedir. Son olarak kütüphaneye gitme sıklığı açısından bakıldığında en yüksek katılım %50,5 ile her hafta, en az katılım ise %5,9 ile yılda birkaç kez gidenlerde olduğu görülmektedir.

### 3.2. Ölçeğe İlişkin Bulgular

Araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçek Açıklayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuştur ve elde edilen sonuçlar Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** Araştırma Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Ölçek Maddesi	Faktör Yükleri	Öz Değer	Küm. Varyans (%)	Cronb. $\alpha$	rho_A	CR	AVE
Kapak Tasarımı	KT 1	,713	7,116	21,817	,863	,875	,891	,478
	KT 2	,642						
	KT 3	,738						
	KT 4	,787						
	KT 5	,763						
	KT 6	,665						
	KT 7	,716						
	KT 8	,717						
	KT 9	,710						
Biçimsel Özellikler	BÖ 1	,834	2,002	39,950	,868	,884	,903	,650
	BÖ 2	,840						
	BÖ 3	,810						
	BÖ 4	,761						
	BÖ 5	,784						
Kitap Satın Alma Tercihi	KSAT 1	,827	1,124	53,902	,768	,781	,865	,681
	KSAT 2	,860						
	KSAT 3	,788						
KMO: ,893		Barlett Test: 2384,774	Öz Değer: 1'den Fazla			Anlamlılık: 0.000		

Tablo 2'ye göre KMO katsayısı 0,893 olduğundan açıklayıcı faktör analizi için gerekli olan örneklem yeterliliği mükemmeldir. Bu sebeple, araştırmadaki örnek büyüklüğü yeterlidir. Bir veri setine faktör analizi uygulanabilmesi için gerekli bir diğer test ise ana kütleliğin bütünlüğünü test eden ve Bartlett tarafından geliştirilen küresellik (sphericity) testidir. Faktör analizinde regresyon analizinin tersine değişkenler arasında yüksek korelasyon ilişkisi aranır. Bu bağlamda ana kütle içindeki değişkenler arasında anlamlı ilişki olup olmadığı Bartlett testi ile test edilmektedir (Nakip, 2013:428). Yine Tablo 2'ye göre Ki-Kare Değeri: 2384,774;  $p < 0.05$  olduğundan taslak ölçeğe ilişkin elde edilen verilerin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yapısının incelenmesi amacıyla Temel Bileşenler Analizi (Principal Components Analysis) ve Varimax Rotasyon yöntemleri kullanılarak açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. AFA sonucunda binişik madde ve faktör yükü düşük madde olmadığı görülmüştür.

Yine Tablo 2'ye faktörlerin CR değerlerinin 0,7'nin üzerinde olduğu, Kapak Tasarımı faktörü hariç diğerlerinin AVE değerlerinin de 0,5'in üzerinde olduğu dolayısıyla ölçeğin geçerli olduğu görülmüştür. Son olarak güvenilirliğe bakıldığından faktörlerin Cronbach Alpha ve rho\_A (Veri tutarlılık Katsayısı)'nın da 0,7'nin üzerinde olduğu ve ölçeğin güvenilir olduğu görülmüştür.

Ayrışma geçerliliği için ilk olarak Fornell & Larcker (1981) tarafından önerilen Fornell-Larcker kriter katsayılarına bakılmıştır. İlgili istatistiklere ilişkin bulgular ise aşağıdaki Tablo 3'teki gibidir.

**Tablo 3.** Fornell & Larcker Kriter Katsayıları

Faktörler	Biçimsel Özellikler	Kapak Tasarımı	Kitap Satın Alma Tercihi
Biçimsel Özellikler	<b>0,806*</b>		
Kapak Tasarımı	0,567	<b>0,692*</b>	
Kitap Satın Alma Tercihi	0,388	0,625	<b>0,825*</b>

\*Köşegen elemanlarda AVE değerlerinin karekökü yer almaktadır.

Fornell ve Larcker kriterinde AVE değerlerinin kareköklerinin faktörler arasındaki korelasyon katsayılarından yüksek olması gerekir (Fornell & Larcker, 1981). Tablo 3'teki bulgulara göre tüm faktörlerin Fornell ve Larcker kriterini karşıladığı görülmektedir.

Çalışmada ayrıca Henseler ve ark. (2015) tarafından önerilen Heterotrait-Monotrait oranı katsayılarına da bakılmıştır. İlgili istatistiklere ilişkin bulgular ise aşağıdaki Tablo 4'teki gibidir.

**Tablo 4.** Heterotrait-Monotrait Oran Katsayıları

Faktörler	Bişimsel Özellikler	Kapak Tasarımı	Kitap Satın Alma Tercihi
<b>Bişimsel Özellikler</b>			
<b>Kapak Tasarımı</b>	<b>0,665</b>		
<b>Kitap Satın Alma Tercihi</b>	<b>0,454</b>	<b>0,733</b>	

Heterotrait-Monotrait oranı modelde yer alan faktöre ait korelasyon ortalamasının yine aynı faktöre ait korelasyon katsayısının geometrik ortalamasına oranıdır ve oranın 0,85'den küçük olması beklenir (Henseler ve ark., 2015). Tablo 4'deki bulgulara göre tüm faktörlerin katsayıları 0,85'in altındadır. Dolayısıyla ölçeğin Heterotrait-Monotrait oranı kriter katsayısını da sağladığı görülmektedir.

Bütün bu sonuçlara göre çalışmada kullanılan ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu görülmüştür.

### 3.3. Normal Dağılıma İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılacak analiz tekniklerini belirlemek amacıyla veriler normallik sınamasına tabi tutulmuştur. Yapılan Kolmogorov-Smirnov testinde verilerin normal dağılmadığı görülmüştür ( $p < 0.05$ ). Bu durumda faktörlerin ve maddelerin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. Faktörlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler aşağıdaki Tablo 5'de verilmiştir.

**Tablo 5.** Faktör Puanlarına Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Faktörler	N	Ort.	ss.	Çarpk.	Bask.	Mi n	Maks
<b>Kapak Tasarımı</b>	289	2,896	,883	,043	-,579	1,00	5,00
<b>Bişimsel Özellikler</b>	289	2,561	,969	,199	-,451	1,00	5,00
<b>Kitap Satın Alma Tercihi</b>	289	2,272	,878	,821	,385	1,00	5,00

Likert Tipi ölçek üzerinden elde edilen değişkenlerin normallik sınaması için literatürde kabul gören bir diğer kıstas çarpıklık ve basıklık katsayısı değerlerinin +1 ve -1 arasında olması gerektiğidir (Hair ve ark.,2016). Bu bağlamda Tablo 5'de verilen değerler faktörlerin istenilen aralıklarda puanlara sahip olduğunu ve verilerin normal dağılım gösterdiğini göstermektedir. Veriler normal dağılım gösterdiği için de verilerin analizlerin de parametrik testler kullanılmıştır.

### 3.4. Bağımsız Örneklem T Testine İlişkin Bulgular

Kapak Tasarımı, Bişimsel Özellikler ve Kitap Satın Alma Tercihi faktörleri katılımcıların cinsiyetlerine göre karşılaştırılmış ve analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** Cinsiyete Göre Faktörlerin Karşılaştırması

	Cinsiyet	n	Ortalama	ss	t	p
<b>Kapak</b>	Kadın	155	2,97	,948	<b>1,611</b>	<b>,108</b>
<b>Tasarımı</b>	Erkek	134	2,80	,795		
<b>Biçimsel</b>	Kadın	155	3,65	,966	<b>2,367</b>	<b>,019</b>
<b>Özellikler</b>	Erkek	134	3,38	,956		
<b>Kitap</b>	Kadın	155	2,60	,989	<b>,722</b>	<b>,471</b>
<b>Satınalma</b>	Erkek	134	2,51	,947		
<b>Tercihi</b>						

Öncelikle faktörlerin Levene homojenlik testi sonuçlarına göre üç faktörün de homojen olduğu sonucuna varılmıştır ( $p>0,05$ ). Buna göre Tablo 6'daki sonuçlarda Kapak Tasarımı ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği söylenebilir ( $p>0,05$ ). Yine Tablo 2' ye göre Biçimsel Özellikler faktörü ise cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Ortalamalara baktığımız zaman kadınların ortalamasının erkeklerden daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre kadınların kitapların biçimsel özelliklerine daha çok önem verdiğini ifade edebiliriz.

### 3.5. Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörleri katılımcıların yaş, aylık gelir, akademik birim, kitap okuma süresi, yıllık kitap bütçesi, ödünç alınan kitap sayısı ve yıl içerisinde kütüphaneye gitme sıklığına göre Tek Yönlü Varyans ile karşılaştırılmış ve sonuçlar aşağıda verilmiştir.

#### 3.5.1. Yaşa Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların yaşlarına göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7.** Yaşa Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak</b>	Gruplar	4,392	4	1,098	<b>1,416</b>	<b>,229</b>
	Arası					
	Gruplar İçi	220,307	284	,776		
<b>Tasarımı</b>	Toplam	224,699	288			
	Gruplar	2,390	4	,597	<b>,683</b>	<b>,640</b>
	Arası					
Gruplar İçi	268,175	288	,944			
<b>Biçimsel</b>	Toplam	270,564	288			
	Gruplar	5,542	4	1,386	<b>1,484</b>	<b>,207</b>
	Arası					
Gruplar İçi	265,163	284	,937			
<b>Kitap</b>	Toplam	270,705	288			
	Gruplar					
	Arası					

Tablo 7'deki sonuçlara göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için yaşa göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Buna göre katılımcıların yaşlarının kitapların kapak tasarımlarına ve biçimsel özelliklerine bakışlarını etkilemediği gibi kitap satın alma tercihleri üzerinde de herhangi bir etkisinin olmadığı söylenebilir.

#### 3.5.2. Gelir Durumuna Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 8'de verilmiştir.



**Tablo 8.** Gelir Gruplarına Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	2,538	4	,635	<b>,811</b>	<b>,519</b>
	Gruplar İçi	222,161	284	,782		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	6,011	4	1,503	<b>1,613</b>	<b>,171</b>
	Gruplar İçi	264,553	288	,932		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	5,260	4	1,315	<b>1,407</b>	<b>,232</b>
	Gruplar İçi	265,445	284	,935		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 8'e göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için gelir gruplarına göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Buna göre katılımcıların sahip oldukları aylık ortalama gelirlerin onların kitapların kapak tasarımları ve biçimsel özelliklerine yönelik bakış açılarını etkilemediği ve aynı şekilde kitap satınalma tercihleri bağlamında bir değişikliğe sebep olmadığı söylenebilir. Başka bir ifadeyle aylık ortalama gelirin yüksekliği ya da düşüklüğü bu faktörler üzerinde herhangi bir etkiye sahip değildir denilebilir.

### 3.5.3. Akademik Birime Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların eğitim gördükleri akademik birimlerine göre karşılaştırması aşağıdaki Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9.** Akademik Birimlere Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	4,655	4	1,164	<b>1,502</b>	<b>,202</b>
	Gruplar İçi	220,044	284	,775		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	7,405	4	1,851	<b>1,998</b>	<b>,095</b>
	Gruplar İçi	263,159	288	,927		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	,842	4	,210	<b>,222</b>	<b>,926</b>
	Gruplar İçi	269,863	284	,950		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 9'a göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için gelir gruplarına göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Buna göre katılımcıların eğitim gördükleri akademik birimlerin onların bu faktörlere bakış açısında herhangi bir farklılık yaratmadığı söylenebilir.

### 3.5.4. Günlük Kitap Okuma Süresine Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların günlük kitap okumaya ayırdıkları süreye göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10.** Günlük Kitap Okuma Süresine Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	1,171	4	,293	<b>,372</b>	<b>,829</b>
	Gruplar İçi	223,528	284	,787		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	1,025	4	,256	<b>,270</b>	<b>,897</b>
	Gruplar İçi	269,539	288	,949		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	4,994	4	1,249	<b>1,334</b>	<b>,257</b>
	Gruplar İçi	265,711	284	,936		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 10’a göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için gelir gruplarına göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Başka bir ifadeyle katılımcıların günlük kitap okuma süreleriyle bu faktörlere bakış açıları arasında herhangi bir ilişki olmadığı ve katılımcıların az ya da çok kitap okumalarının onların kitapların kapak tasarımı, biçimsel özellikleri ve onları satın alma tercihleri üzerinde anlamlı bir değişiklik yaratmadığı ifade edilebilir.

### 3.5.5. Kitaba Ayrılan Bütçeye Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların kitap satın almaya ayırdıkları bütçeye göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11.** Kitaba Ayrılan Bütçeye Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	2,600	4	,650	<b>,831</b>	<b>,506</b>
	Gruplar İçi	222,099	284	,782		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	2,011	4	,503	<b>,532</b>	<b>,712</b>
	Gruplar İçi	268,553	288	,946		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	5,861	4	1,465	<b>1,571</b>	<b>,182</b>
	Gruplar İçi	264,844	284	,933		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 11’e göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için gelir gruplarına göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Başka bir ifadeyle katılımcıların kitap satın almaya ayırdıkları bütçe tutarı ile onların kitapların kapak tasarımı, kitapların biçimsel özellikleri ve kitap satınalma tercihleri açısından herhangi bir ilişki bulunmadığı ifade edilebilir.

### 3.5.6. Ödünç Alınan Kitap Sayısına Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların ödünç aldıkları kitap sayısına göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12.** Ödünç Alınan Kitap Sayısına Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	5,071	4	1,268	<b>1,639</b>	<b>,164</b>
	Gruplar İçi	219,628	284	,773		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	3,506	4	,877	<b>,932</b>	<b>,446</b>
	Gruplar İçi	267,058	288	,940		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	11,323	4	2,831	<b>3,099</b>	<b>,016</b>
	Gruplar İçi	259,383	284	,913		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 12’ye göre Kapak Tasarımı ve Biçimsel Özellikler faktörleri katılımcıların yıl içerisinde ödünç aldıkları kitap sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ( $p>0,05$ ). Ancak Kitap Satınalma Tercihi faktörü ise anlamlı bir farklılık göstermektedir ( $p<0,05$ ). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Çoklu Karşılaştırma Testi yapılmalıdır. Kitap Satınalma Tercihi faktörünün varyansı homojen olduğu için ( $p=0,383>0,05$ ) Tukey testi kullanılmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre hiç ödünç kitap almayanların ortalaması 1-5 adet ve 11-15 adet ödünç kitap alanlara göre daha yüksektir. Başka bir ifadeyle kütüphaneden ödünç kitap almayanların kitap satınalma tercihleri daha yüksekken, ödünç kitap alanların ise kitap satınalma tercihi daha düşüktür. Yani ödünç kitap almayanların yerine daha fazla kitap satın alırken, ödünç kitap alanlar ise daha az kitap satın almaktadır denilebilir.

### 3.5.7. Kütüphaneye Gitme Sıklığına Göre Faktörlerin Karşılaştırılması

Faktörlerin katılımcıların kütüphaneye gitme sıklıklarına göre karşılaştırma sonuçları aşağıdaki Tablo 13’de verilmiştir.

**Tablo 13.** Kütüphaneye Gitme Sıklığına Göre Faktörlerin ANOVA Testi

	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik k Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p
<b>Kapak Tasarımı</b>	Gruplar Arası	,392	3	,131	<b>,166</b>	<b>,919</b>
	Gruplar İçi	224,307	285	,787		
	Toplam	224,699	288			
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Gruplar Arası	,685	3	,228	<b>,241</b>	<b>,868</b>
	Gruplar İçi	269,879	285	,947		
	Toplam	270,564	288			
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Gruplar Arası	5,264	3	1,755	<b>1,884</b>	<b>,132</b>
	Gruplar İçi	265,442	285	,931		
	Toplam	270,705	288			

Tablo 13’e göre Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin p değerleri 0,05 den büyük olduğu için gelir gruplarına göre faktörlerin arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılabilir. Başka bir ifadeyle katılımcıların yıl içerisinde kütüphaneye gitme sıklıkları ile onların kapak tasarımı, biçimsel özellikler ve kitap satınalma tercihleri arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı ifade edilebilir.

### 3.6. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörleri arasında ilişkinin varlığı ve yönünü tespit etmek için Pearson Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Faktörler arasındaki korelasyon ilişkileri aşağıdaki Tablo 14’de verilmiştir.

**Tablo 14. Korelasyon Matrisi**

		Kapak Tasarımı	Biçimsel Özellikler	Kitap Satınalma Tercihi
<b>Kapak Tasarımı</b>	Pearson Correlation	1	,577**	,596**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	289	289	289
<b>Biçimsel Özellikler</b>	Pearson Correlation	,577**	1	,372**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	289	289	289
<b>Kitap Satınalma Tercihi</b>	Pearson Correlation	,596**	,372**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	289	289	289

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kapak Tasarımı, Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi faktörlerinin Pearson (r) korelasyon katsayıları Tablo 10’da görüldüğü gibidir. Buna göre Kapak Tasarımı ile Satınalma Tercihi arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki vardır ( $r=0,596$ ;  $p<0,05$ ). Aynı şekilde Biçimsel Özellikler ile Satınalma Tercihi arasında da pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki görülmektedir ( $r=0,372$ ;  $p<0,05$ ). Bağımsız değişkenler olan Kapak Tasarımı ve Biçimsel Özellikler ile bağımlı değişken olan Kitap Satınalma Tercihi faktörleri arasında ilişkinin gücü ve yönü saptandıktan sonra Basit Doğrusal Regresyon Analizi aşamasına geçilmiştir.

### 3.7. Basit Doğrusal Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

#### 3.7.1. Kapak Tasarımı ve Kitap Satınalma Tercihi Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları

Kapak Tasarımın, Kitap Satınalma Tercihi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizinin sonuçları aşağıdaki Tablo 15’de verilmiştir.

**Tablo 15. Satınalma Tercihinin Kapak Tasarımından Etkilenme Durumu**

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	$\beta$	t	p	F	Model (p)	$R^2$
<b>Satınalma Tercihi</b>	Sabit	0,667	4,232	0,0	158,172	<b>0,000</b>	<b>0,355</b>
	Kapak Tasarımı	0,654	12,577	0,0			

Tablo 15’e göre Kitap Satınalma Tercihinin kitap Kapak Tasarımı’ndan etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ( $F=158,172$ ;

$p=0,000<0,05$ ). Bu modele göre kapak tasarımına önem verildikçe satınalma tercihi de olumlu yönde etkilenmektedir( $\beta=0,654$ ;  $t=12,577$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Ayrıca kapak tasarımı, satınalma tercihinin yaklaşık olarak %36 oranında açıklamaktadır ( $R^2 =0,355$ ). Başka bir ifadeyle bireylerin kitap satın alırken alacakları kitapların kapak tasarımlarına baktıkları ve kapak tasarımının bu satınalma kararı üzerinde %36 oranında etkili olduğu söylenebilir.

### **3.7.2. Biçimsel Özellikler ve Kitap Satınalma Tercihi Arasındaki Regresyon Analizi Sonuçları**

Biçimsel Özelliklerin, Kitap Satınalma Tercihi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla yapılan Basit Doğrusal Regresyon Analizinin sonuçları aşağıdaki Tablo 16’da verilmiştir.

**Tablo 16.** Satınalma Tercihinin Biçimsel Özelliklerden Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	$\beta$	t	p	F	Model (p)	$R^2$
Satınalma Tercihi	Sabit	1,346	6,208	0,000	46,140	<b>0,000</b>	<b>0,138</b>
	Biçimsel Özellikler	0,372	6,793	0,000			

Tablo 16’ya göre Kitap Satınalma Tercihinin kitabın Biçimsel Özellikleri’nden etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır( $F=46,140$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Bu modele göre kitabın biçimsel özelliklerine önem verildikçe satınalma tercihi de olumlu yönde etkilenmektedir( $\beta=0,372$ ;  $t=6,793$ ;  $p=0,000<0,05$ ). Ayrıca biçimsel özellikler, satınalma tercihinin yaklaşık olarak %14 oranında açıklamaktadır ( $R^2 =0,138$ ). Başka bir ifadeyle kitap satın alacaklar için kitabın sahip olduğu biçimsel özellikleri (boyut, biçim, kâğıt türü, sayfa yapısı vb. gibi) o kitabı satın alma üzerinde %14 oranında etkili olduğu söylenebilir.

İki analiz sonucu da dikkate aldığımızda Kapak Tasarımı ve Biçimsel Özellikler faktörlerinin kişilerin Kitap Satınalma Tercihlerini toplamda yaklaşık olarak %50 oranında etkilediği ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle Kitap Satınalma Tercihinin yaklaşık %50’lik kısmı Kapak Tasarımı ve kitabın Biçimsel Özelliklerinden kaynaklanmaktadır denilebilir.

## **4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Araştırma sonucunda kapak tasarımı, biçimsel özellikler ve satınalma tercihi değişkenlerinin demografik faktörlere göre bir değişiklik göstermediğine ulaşılmıştır. Yine kitabın kapak tasarımı ve biçimsel özellikleri ile okuyucuların kitap satınalma tercihleri arasında pozitif ve yüksek düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Son olarak kitabın kapak tasarımının ve biçimsel özelliklerinin okuyucuların kitap satınalma tercihlerini etkilediği sonucuna da ulaşılmıştır. Bu bulgular doğrultusunda kitap pazarlamacılarının ve yayınevlerinin okuyucu tercihlerini dikkate alırken kitabın kapak tasarımına ve biçimsel özelliklerine gereken önemi vermeleri gerektiği düşünülmektedir.

## **KAYNAKÇA**

- Argan, M.T., Argan, M. ve Kurulgan, M. (2008). Kitaplara İlişkin Biçimsel Özelliklerin Okuyucu Tutumları Üzerine Etkisi. *Bilgi Dünyası*, 9(1): 179-206.
- Arslan, R. (2020). Tüketici Davranışını Etkileyen Faktörlerin Önem Düzeyleri, Davut Karaman, *Güncel Pazarlama Çalışmaları*. 65-86, Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Düz, N. (2013). Kitap Kapağı’nda Grafik Tasarım Öğelerine ve İlkelerine Kuramsal Bir Yaklaşım. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Erbaş, Z. (2013). Ülkemizde Çok Satan Kitapların Kapak Tasarımlarında Kullanılan Renklerin Grafik Tasarım Açısından Analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Fornell, C. ve Larcker, D.F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18(1): 39-50.
- Hair, J.F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. ve Sarstedt, M. (2016). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Edition 2*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Henseler, J., Christian M.R. ve Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115-135.
- Kaplan, K. (2017). Kitapların Kapak Tasarımlarındaki Mesajlarda Kullanılan Propaganda Teknikleri. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 6(3): 1574-1589.
- Kurulgan, M. ve Argan, M. (2006). Yeni Kitap Seçiminde Etkili Olan Biçimsel Faktörlerin Okuyucu Perspektifinden Değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 7(2): 230-249. <https://doi.org/10.15612/BD.2006.375>
- Nakip, M. (2013). *Pazarlama Araştırma Teknikleri SPSS Uygulamalı*, 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Öztürk, E. ve Can, İ. (2013). İlköğretim 5.Sınıf Öğrencilerinin Elektronik Kitap Okumaya İlişkin Görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 171: 137-153.
- Tokay Argan, M., Argan, M. ve Kurulgan, M. (2008). Kitaplara İlişkin Biçimsel Özelliklerin Okuyucu Tutumları Üzerine Etkisi. *Bilgi Dünyası*, 9(1): 179-206. <https://doi.org/10.15612/BD.2008.333>.

**EK 1:**

**Kapak Tasarımı Faktörünün Maddeleri:**

- 1-Kitap kapağının tasarımına dikkat ederim.
- 2-Aynı kitabın iki farklı baskısında kapak tasarımı daha güzel olanını tercih ederim.
- 3-Aynı iki kitaptan kapak tasarımı güzel olmayan ilgimi çekmez.
- 4-Kitap seçerken dikkat ettiğim ilk özellik kitabın kapak tasarımıdır.
- 5-Kapak tasarımı kitabı kaliteli olarak algılamamı etkiler.
- 6-Kapak tasarımlarını beğendiğim yayınevinden kitap almaya öncelik veririm.
- 7-Kitabın kapak tasarımında kullanılan renklere dikkat ederim.
- 8-Kapak tasarımında kullanılan şekiller ilgimi çeker.
- 9-Kapak tasarımı iyi olmayan bir kitabı tercih etmem.

**Biçimsel Özellikler Faktörünün Maddeleri:**

- 10-Kitabın biçimsel özellikleri kitabı okumamı kolaylaştırır.
- 11-Biçimsel olarak güzel oluşturulmuş kitaplar dikkatimi çeker.
- 12-Kitabı elime aldığımda biçimsel ilk izlenim kitabı satın almamı etkiler.
- 13-Kitabın biçimsel özellikleri kitabı satın almamı kolaylaştırır.
- 14-İçerik kadar kitabın biçimsel özellikleri de önemlidir.

**Kitap Satın Alma Tercih Faktörünün Maddeleri:**

- 15-Kapak tasarımında kullanılan şekiller satın alma tercihim etkiler.
- 16-Mecbur kalmadıkça kapak tasarımı iyi olmayan bir kitabı satın almam.
- 17-Kitap türü fark etmeksizin alacağım tüm kitaplarda kapak tasarımına dikkat ederim.