

## ÖZET/ABSTRACT

Günümüzde haberleşme teknolojileri hızla kendini geliştirmektedir. Bunlar içerisinde en öne çıkan sosyal medyadır. Sosyal medya; kişilerin kendilerine ait duygu ve düşünceleri paylaştıkları ve başka kişiler ile iletişim kurarak bağlantılı oldukları internet temelli uygulamalar bütünüdür. Sosyal medya araçlarında bulunan uygulamalar tüketicilerin satın alma davranışını etkileyip şekillendirmektedir. Son yıllarda giyim modasının sosyal medyada yayılması ve özellikle tesettür giyim modasının tüketicilere ulaştırılıp tanıtılmasında büyük önem taşır. Sosyal medya hem tüketiciler hem de işletmeler açısından büyük rol oynar. Bu nedenle sosyal medyanın tesettür giyimi tercih eden tüketicilerin davranışları üzerine etkisini araştırmak büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma, konuyla ilgili teorik bilgiler ile uygulama bölümlerinden meydana gelmekte ve sosyal medyanın tesettür giyimi tercih eden tüketicilerin satın alma davranışı ile arasındaki bağlantıyı ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın teorik kısmında; sosyal medya, sosyal medya araçları, satın alma davranışları ve bu davranışları etkileyen faktörler vb. konular ele alınmıştır. Araştırma bölümünde ise; sosyal medyanın tesettür giyimi tercih eden tüketici davranışına olan etkisini ortaya koymak amacıyla hazırlanmış olan anket, sosyal medya kullanıcılarına sunulmuştur. 750 sosyal medya kullanıcılarına uygulanan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS paket programına girilmiş ve bu veriler analiz edilmiştir. Sonuç olarak, tesettür giyimi tercih eden tüketicilerin satın alma sürecinde sosyal medya araçlarının etkisinde kaldıkları ortaya çıkmıştır.

Today, communication technology is developing rapidly herself. The most important of these is social media. Social media; They were linked by communicating with that person and other persons to express themselves is a set of Internet-based applications. Applications found in social media is shaping influences the purchasing behavior of consumers. Spread on social media in recent years and is particularly fashionable clothing veil of great importance in the promotion of the clothing fashion bring, and consumers. Social media plays a big role in terms of both consumers and businesses. Therefore, it is important to examine the impact of social media on consumer behavior veil who choose to wear. This study consists of theory and practical part of the veil and social media aims to reveal the relationship between the behavior of consumers who prefer to wear. The theory part of the study; social media, social media tools, and so on purchasing behavior and the factors influencing this behavior. It is made of the literature related to the topic. In the research department; social media veiling questionnaire which was prepared in order to determine the impact of consumer behavior who choose to wear, were answered presenting social media users. 1000 social media users the responses of the resulting data were analyzed using SPSS software package all data. As a result, the veil has emerged that they are affected by social media in the process of consumers who prefer to buy clothes.