

Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması

Soner Ercan

Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Psikolojisi Ana Bilim Dalı, Burdur, Türkiye
sonerercan@mehmetakif.edu.tr | <http://orcid.org/0000-0002-0383-513X> | <https://ror.org/04xk0dc21>

Orhan Gürsu

Prof. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Psikolojisi Ana Bilim Dalı, Burdur, Türkiye
orhangursu1@gmail.com | <http://orcid.org/0000-0002-7478-371X> | <https://ror.org/04xk0dc21>

Öz

Modern dünyada tüketici davranışlarını etkileyen önemli dinamiklerden biri boykottur. Bireylerin siyasi, sosyal veya ahlaki tepkilerini ortaya koyma aracı olan boykotun, geri planında çok çeşitli faktörlerden etkilenen motivasyonlar bulunmaktadır. Din, bireyin hayatını ve karar alma süreçlerini derinden etkilemektedir. Bu bağlamda, dinî motivasyonun boykottaki yeri anlaşılması gereken önemli bir konu olarak öne çıkmaktadır. Çalışmanın problemi, “Boykotta dinî motivasyonları ölçebilecek ölçme araçları geliştirilebilir mi?” sorusudur. Çalışmanın amacı, boykotta dinî motivasyonları ölçebilecek geçerli ve güvenilir bir ölçek geliştirmektir. Alan yazında; boykot ile ilgili araştırmalar yapılmış olsa da doğrudan boykotta dinî motivasyonları ölçmeye yönelik herhangi bir ölçek geliştirme araştırması bulunmamaktadır. Çalışma, alan yazında bulunan bu boşluğu doldurarak boykot için ifade edilen dinî motivasyonu somut bir şekilde göz önüne sererek gelecek araştırmalara özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir. Çalışma nicel yöntem ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubuna kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır. Ölçeğin 31 maddelik ilk hâli 231 kişiye uygulanmış ve Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. İkinci aşamada 250 kişilik yeni çalışma grubu ile Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmış, 7 maddeli ve tek faktörlü yapısı ile ölçeğin son hâline ulaşılmıştır. 1. çalışma grubunun yaş ortalaması 37,11 (min.19, maks.64, ss. 10,975); 2. çalışma grubunun yaş ortalaması 40,10 (min.20, maks.63, ss. ,695) olarak bulgulanmıştır. Ölçek 5’li Likert tipinde olup, ölçekten alınabilecek toplam puan 7 ile 35 arasında değişmektedir. Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucunda ölçeğin sahip olduğu değerler; $\chi^2/df=2,275$; RMSEA=,072; GFI=,969; NFI=,990; AGFI=,928; CFI=, 994; IFI=,994; TLI=,990; SRMR=,0081; CR=,97; AVE=,87 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin 18 yaş üzeri bireylere uygulanabilecek ve geçerli-güvenilir bir yapıda olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler

Din Psikolojisi, Dinî Motivasyon, Boykot, Ölçüm, Ölçek.

Atıf Bilgisi

Ercan, Soner & Gürsu, Orhan. “Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması”. *Uludağ İlahiyat Dergisi* 35/1 (Haziran 2026), 37-57. <https://doi.org/10.51447/uluid.1772260>

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü Article Type	Araştırma Makalesi Research Article	
Geliş Tarihi Date of Submission	26 Ağustos 2025 02 July 2025	
Kabul Tarihi Date of Acceptance	03 Mart 2026 03 March 2026	
Yayın Tarihi Date of Publication	27 Haziran 2026 27 June 2026	
Yayın Sezonu Pub Date Season	Haziran June	
DOI	https://doi.org/10.51447/uluid.1772260	
Değerlendirme Peer-Review	Ön İnceleme: Bir İç Hakem (Editörler Kurulu Üyesi - Yayın Kurulu Üyesi) İçerik İncelemesi: İki Dış Hakem - Çift Taraflı Körleme Single anonymized AInternal (Editor board member) Double anonymized – Two External	
Etik Beyan Ethical Statement	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur. It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study, and that all the sources used have been properly cited	
Yazar Katkı Oranları Author Contribution	Sorumlu Yazar Responsible Author	Katkı Sunan Yazar Contributor Author
Çalışmanın Tasarlanması Conceiving the Study	%50	%50
Veri Toplanması Data Collection	%50	%50
Veri Analizi Data Analysis	%50	%50
Makalenin Yazımı Writingup	%50	%50
Makale Gönderimi ve Revizyonu Submission and Revision	%50	%50
Benzerlik Taraması Plagiarism Checks	Yapıldı – iThenticate Yes – iThenticate	
Çıkar Çatışması Conflicts of Interest	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir. The author(s) has no conflict of interest to declare.	
Finansman Grant Support	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır. The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.	
Telif Hakkı & Lisans Copyright & License	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır. Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0	
Etik Bildirim Complaints	ilahiyatdergisi@uludag.edu.tr - https://dergipark.org.tr/tr/pub/uluid	

Religious Movitations Scale in Boycott: A Scale Development Study

Soner Ercan

Asst. Prof., Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Faculty of Theology, Department of Psychology of Religion, Burdur, Türkiye
sonerercan@mehmetakif.edu.tr | <http://orcid.org/0000-0002-0383-513X> | <https://ror.org/04xk0dc21>

Orhan Gürsu

Prof. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy University, Faculty of Theology, Department of Psychology of Religion, Burdur, Türkiye
orhangursu1@gmail.com | <http://orcid.org/0000-0002-7478-371X> | <https://ror.org/04xk0dc21>

Abstract [You may find an extended abstract of this article after the bibliography.]

Boycotting is one of the key dynamics influencing consumer behavior in the modern world. Boycott, which is a means of expressing individuals' political, social or moral reactions, has motivations influenced by a wide variety of factors in its background. Religion fundamenally impacts individual lives and decision making processes. In this context, religious motivation stands out as an important issue to understand in boycotts. The problem addressed in this study is: "Can measurement tools be developed to measure religious motivations in boycotts?". The aim of this study is to develop a valid and reliable scale that can measure religious motivations in boycotts. Although there have been studies on boycotts in the literature, there is no research specifically focused on developing a scale to measure religious motivations in boycotts. This study aims to fill a gap in the literature by concretely examining the religious motivations expressed for the boycott, thereby making an original contribution to future research. The study was conducted using a quantitative method. The study group was reached using a convenience sampling method. The initial 31-item version of the scale was administered to 231 individuals, and Exploratory Factor Analysis was performed. In the second stage, Confirmatory Factor Analysis was conducted with a new study group of 250 people, resulting in the final version of the scale with a 7-item, single-factor structure. The mean age of the first study group was 37.11 (min. 19, max. 64, SD 10.975); the mean age of the second study group was 40.10 (min. 20, max. 63, SD 0.695). The scale is a 5 grade Likert-type scale, and the total score that can be obtained from the scale varies between 7 and 35. As a result of the Confirmatory Factor Analysis, the values of the scale were determined as follows; $\chi^2/df=2.275$; RMSEA=.072; GFI=.969; NFI=.990; AGFI=.928; CFI=.994; IFI=.994; TLI=.990; SRMR=.0081; CR=.97; AVE=.87. It is seen that the scale can be applied to individuals over the age of 18 and has a valid and reliable structure.

Keywords

Psychology of Religion, Religious Motivation, Boycott, Measurement, Scale.

Citation

Ercan, Soner & Gürsu, Orhan. "Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeği: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması". *Uludağ İlahiyat Dergisi* 35/1 (December 2025), 37-57. <https://doi.org/10.51447/uluid.1772260>

Giriş

Boykot, Türk Dil Kurumu sözlüklerinde “1- Bir işi, bir davranışı yapmama kararı alma. 2- Bir kimse, bir topluluk veya bir ülkeyle amaca ulaşmak için her türlü ilişkiyi kesme.” olarak tanımlanmaktadır.¹ Boykot birçok öğeden etkilenmektedir. Bu etkilenme ile boykot bir çok kişiye, topluma ya da ülkeye de tesir etmektedir. Boykotun günümüzde din, psikoloji, sosyoloji, ekonomi ve uluslararası siyaset başta olmak üzere birçok öge ile iç içe olduğu görülmektedir. Boykot davranışlarına dair araştırmalar “a) boykotların sıklığı, nedenleri ve hedefleri b) boykotların sonuçları c) boykotta katılanların motivasyonları” olmak üzere üç alanda yürütülmektedir.² Boykotlar çok çeşitli kuruluşlar tarafından başlatılmaktadır. En yaygın olanları; “tüketici grupları, işçi sendikaları, etnik ve ırksal azınlıkları temsil eden örgütler, dini gruplar, kadın hakları grupları ve çevreci gruplar” olarak ifade edilmekle birlikte³ boykot; “tüketici ve dini gruplar, çevreciler ve boykot edilenden bir şekilde etkilendiğini düşünen bireyler ve çeşitli gruplar” tarafından kullanılmaya daha yatkındır.⁴

Bireyin din ile ilişkisinin yapısı, dinin bireyin tüm hayatına nüfuz etmesi ve boykotun da geniş bir etki gücüne sahip olmasından hareketle boykotta da dinî motivasyonun varlığı ve ölçülmesi konusu merak uyandırmaktadır. Bireyin içsel dinî motivasyonu bütünleştirici bir yapıya sahip ise dinî ve manevi inançları idrak etme noktasında bilişsel ifadeleri benimsemektedir. Birey dışsal dinî motivasyona sahip ise daha düşük seviyede bilişsel ve daha durumsaldır.⁵ İsrail'in 7 Ekim 2023'te Filistin'in Gazze kentinde başlattığı savaş birçok araştırmaya konu olmuştur.⁶ Tüm dünyada ve özellikle de İslam ülkelerinde İsrail destekçisi şirketlerin ürünleri boykot edilmiştir. Nitekim son dönem araştırmaları İsrail ürünlerinin çeşitli Müslüman ülkelerde boykot edilmesiyle birlikte İsrail kökenli ya da İsrail'i destekleyen şirketlerin gelirlerinde ciddi oranlarda düşüş olduğunu ve boykotun ekonomik

¹ Güncel Türkçe Sözlük, “Boykot” (Erişim 16 Haziran 2025).

² Francisco-José Cossío-Silva vd., “How to Face a Political Boycott: the Relevance of Entrepreneurs' Awareness”, *International Entrepreneurship and Management Journal* 15/2 (2019), 325.

³ Monroe Friedman, *Consumer Boycotts Effecting Change Through the Marketplace and the Media* (New York: Routledge, 1999), 10.

⁴ Paul Sergius Koku vd., “The Financial Impact of Boycotts and Threats of Boycott”, *Journal of Business Research* 40/1 (1997), 15.

⁵ Jay L. Michaels vd., “Individual Differences in Religious Motivation Influence How People Think”, *Journal for the Scientific Study of Religion* 60/1 (2021), 66-68.

⁶ Orhan Gürsu, “Kötülüğün Sıradanlaştırılması: Gazze Soykırımı Bağlamında Psikolojik Bir Analiz”, *Burdur İlahiyat Dergisi* 8 (2024), 130-149; Mustafa Akkaya - Orhan Gürsu, “Gazze Soykırımı Bağlamında Türkiye’de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi”, *Burdur İlahiyat Dergisi* Özel Sayı: Gazze (2024), 95-105; Orhan Gürsu, “Soykırımcıyı Anlamaya Çalışmak: İsrail’in Gazze’ye Uyguladığı Soykırım Bağlamında Psikolojik Bir Çözümleme Denemesi”, *Burdur İlahiyat Dergisi* Özel Sayı: Gazze (Kasım 2024), 1-25; Muhammed Kızılgeçit vd., “Gazze Saldırılarının Türkiye’deki Yankıları: Psikososyal ve Dinî Başa Çıkma Stratejileri”, *darulfunun ilahiyat* 36/1 (2025), 235-269; Sajid Abbas vd., “Exploring Consumer Purchase Aversion amid Israel-Palestine War: a Comparative Study of Consumers in India and GCC Countries”, *Journal of Islamic Marketing* 16/5 (2024), 1493-1521; Ayu Nafira Mohd Noorhafidz - Nadiah Ishak, “Boycott Intentions Towards Brands that Supported Israel in the Context of the “Israeli-Palestinian Conflict”, *Journal of Business Innovation* 10/1 (2025), 8-21.

hedefine ulaştığını göstermektedir. Buradan hareketle İsrail ile ilgili mal ve hizmetlerin boykot edilmesinin arkasındaki motivasyonları araştırmak bir diğer merak konusudur.⁷ Bununla birlikte Endonezya'da⁸, Amerika Birleşik Devletleri'nde⁹, Malzeya'da¹⁰ yerel ve uluslararası boykot ile ilgili araştırmaların gerçekleştirildiği görülmektedir.

Dine dayalı boykotlarda aynı coğrafyada olmasa dahi aynı dinî gruba ait bireyler ilişki kurarak birbirlerine destek sağlamaktadır. Bu yüzden din, boykot eden bireylerin bir araya gelmelerini sağlayan sağlam bir omurga gibi işlev görmektedir ve bireylerin boykota katılma niyetleri içsel dinî motivasyonlarından etkilenmektedir.¹¹ Bu bağlamda “Boykotta dinî motivasyonları ölçebilecek ölçme araçları geliştirebilir mi?” sorusu çalışmanın problemine dönüşmektedir. Probleme yönelik ölçme aracının geliştirilmesi çalışmanın amacını ifade etmektedir. Geliştirilecek ölçme aracı boykottaki başlıca öğelerden biri olan dinî motivasyonun ölçülmesini hedeflemektedir.

Alan yazında boykot ile ilgili araştırmalardan bazıları incelendiğinde¹²; dinî boykot eğilimleri hakkında yapılan bibliyometrik analizde boykot ve din kavramlarının yüksek düzeyde bağlantı gücüne sahip olduğu¹³, İsrail ürünleri için yapılan boykotun katılımcıların genel ekseriyeti tarafından destek bulunduğu¹⁴, dinî bağlılık ve dinî sorumluluğun yüksek düzeyde olmasının uzun süreli boykota iştirak etme olasılığını arttırdığı¹⁵, dinî değerler ile

-
- ⁷ Mohammad Hidayaturrahman vd., “Second-Wave Boycott of Israeli Products as Political Economic Movements”, *JED (Jurnal Etika Demokrasi)* 9/3 (2024), 254-273.
- ⁸ Widyarso Roswinanto - Siti Nuraisyah Suwanda, “Religious Boycott in Indonesia: Investigation of Antecedents and the Effect of Religiosity Dimensions”, *Journal of Islamic Marketing* 14/1 (2021), 174-195.
- ⁹ Morris Kalliny vd., “Affect as a Driver to Religious-Based Consumer Boycotts: Evidence from Qualitative and Quantitative Research in the United States”, *International Journal of Consumer Studies* 42/6 (2018), 840-853.
- ¹⁰ Z. Abdullah vd., “Consumer Boycott: The Effect of Religiosity and Consumer Attitudes”, *Global Journal Al-Thaqafah Special Issue*, (2024), 85-97.
- ¹¹ Nazlida Muhamad vd., “The Role of Religious Motivation in an International Consumer Boycott”, *British Food Journal* 121/1 (2019), 200-203.
- ¹² Özlem Duğan vd., “İsrail-Filistin Savaşı Kapsamında Tüketici Düşmanlığının Boykot Tutumuna Etkisi”, *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* 13/25 (2024), 1-28; Suraiya Ishak vd., “Influencing Consumer Boycott: between Sympathy and Pragmatic”, *Journal of Islamic Marketing* 9/1 (2018), 19-35; Usep Suhud, “Purchase Unwillingness and Willingness of Indonesian Consumers towards Israeli Products”, *Binus Business Review* 8/3 (Kasım 2017), 175-182; Adem Uysal - Yavuz Cömert, “Tüketici Boykotu Katılım Güdülleri: Muş İli Örneği”, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi* 8/1 (2017), 97-125; Fawzi Dekhil vd., “Effect of Religiosity on the Decision to Participate in a Boycott The Moderating Effect of Brand Loyalty – the case of Coca-Cola”, *Journal of Islamic Marketing* 8/2 (2017), 309-328; Hayiel Hino, “More than Just Empathy: The Influence of Moral Emotions on Boycott Participation Regarding Products Sourced from Politically Contentious Regions”, *International Business Review* 32/1, 102034, (2023), 1-15; Selin Balaban - Serap Yücel, “Tüketici Boykotu ve Tüketicilerin Boykot Katılımlarını Etkileyen Faktörler”, *İzmir Democracy University Social Sciences Journal* 2/2 (2019), 191-212.
- ¹³ Muhamad Ridwan vd., “Exploring Religious Boycott Trends: A Scopus-Based Bibliometric Analysis”, *SHS Web of Conferences* 212/04024, EDP Sciences (2025), 8-9.
- ¹⁴ Duğan vd., “İsrail-Filistin Savaşı Kapsamında Tüketici Düşmanlığının Boykot Tutumuna Etkisi”, 20.
- ¹⁵ Ishak vd., “Influencing Consumer Boycott: between Sympathy and Pragmatic”, 33.

öğretilerin boykota iştirak konusunda katılımcılar tarafından ifade edildiği¹⁶, boykot kararında etik ve ahlaki nedenlerin etkinliği¹⁷, dine daha yüksek düzeyde önem veren bireylerin boykot eğilimlerinin daha yüksek olduğu ifade edilmektedir.¹⁸

Bireyleri ve toplumları ekonomi olmak üzere birçok yönden etkileyen boykot ile dinî motivasyon ilişkisinin din psikolojisi alan yazında psikometrik açıdan araştırılmaması konunun ölçülebilir bir düzlemde ele alınarak somutlaştırılarak anlaşılma ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Geliştirilecek ölçek boykotta dinî motivasyonları ölçerek, boykotun arka planı ile dinî motivasyonun boykota nasıl yansıdığının daha iyi anlaşılmasını sağlayarak alan yazındaki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

1. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde ölçek geliştirilme süreci, etik kurul onayı ve veri toplama süreci, çalışma grubu, çalışma modeli ve verilerin analizi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

1.1. Ölçek Maddelerinin Oluşturulması

İlk etapta ölçek için 31 maddelik bir havuz oluşturulmuştur. Oluşturulan soru havuzu din psikolojisi, rehberlik ve psikolojik danışmanlık alanlarından akademisyen ve Türkçe öğretmeninin oluşturduğu 5 kişilik uzman grubuna değerlendirilmek üzere sunulmuştur. Üzerinde mutabık kalınan 31 maddelik ölçeğin kapsam geçerliği sağladığı konusuna hem fikir olunmuştur. Ölçeğin kapsam geçerliliğinin sağlanmasında Lawshe (1975) yaklaşımı esas alınmıştır.¹⁹

1.2. Etik Kurul Onayı ve Veri Toplama Süreci

Çalışma için Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığından 03/12/2024 tarihli ve GO 2024/850 karar numaralı izin, 05/05/2025 tarihli izin ve ayrıca katılımcılardan da gönüllü onam formu alınarak çevrim içi şekilde veri toplanmıştır.

1.3. Çalışma Grupları

Tablo 1’de çalışma gruplarına ait bilgiler yer almaktadır.

¹⁶ Uysal - Cömert, “Tüketici Boykotu Katılım Güdülleri”, 121.

¹⁷ Balaban - Yücel, “Tüketici Boykotu ve Tüketicilerin Boykot Katılımlarını Etkileyen Faktörler”, 209.

¹⁸ Yusuf Ozan Yıldırım, “Boycott Tendency vs Ethnocentrism Tendency: Comparison of Both in Terms of Religious Importance Value”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 69 (2025), 349.

¹⁹ C. H. Laswhe, “A Quantitative Approach to Content Validity”, *Personnel Psychology* 28 (1975), 563-575.

Tablo 1. Çalışma Gruplarının Dağılımı.

Değişkenler		Ölçüm Grubu (AFA)		Ölçüm Grubu (DFA)	
		f	%	f	%
		1. Grup		2. Grup	
Cinsiyet	Kadın	129	55,8	129	51,6
	Erkek	102	44,2	121	48,4
Medeni Durum	Evli	144	62,3	166	66,4
	Bekâr	87	37,7	84	33,6
Sosyoekonomik Durum	Düşük	30	13	25	10,0
	Orta	187	81	197	78,8
	Yüksek	14	6	28	11,2
Toplam		231	100	250	100

Tablo 2’de çalışma gruplarının yaş dağılımına ait bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2. Çalışma Gruplarının Yaş Dağılımı.

Grup Numarası	Min.	Maks.	Ss.	Ortalama
Birinci Grup	19	64	10,975	37,11
İkinci Grup	20	63	,695	40,10

Birinci çalışma grubunun dağılımında; cinsiyet değişkeninde kadınlar (%55,8), medeni durumda evliler (%62,3) ve sosyoekonomik durumda ise orta (%81) düzeydeki bireyler en yüksek yüzdelere sahiptir. Grubun yaş ortalaması 37,11 (min.19, maks.64, ss. 10,975) olarak bulgulanmıştır.

İkinci çalışma grubunun dağılımında; cinsiyet değişkeninde kadınlar (%51,6), medeni durumda evliler (%66,4) ve sosyoekonomik durumda ise orta (%78,8) düzeydeki bireyler en yüksek yüzdelere sahiptir. Grubun yaş ortalaması 40,10 (min.20, maks.63, ss. ,695) olarak bulgulanmıştır.

1.4. Çalışma Modeli

Nicel araştırmalarda kullanılan ölçekler, katılımcılardan veri toplamaya yaramaktadır.²⁰ Nicel araştırma için gerekli olan çalışma grubuna “kolayda örnekleme” ile

²⁰ Jale Balaban Salı, “Verilerin Toplanması”, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, ed. Ali Şimşek (Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012), 136-138.

ulaşmıştır.²¹ Gürbüz ve Şahin (2018), kolayda örnekleme yönteminin ölçek geliştirme ve uyarlama araştırmalarının ilk etabında kullanılmasının daha müspet görünebileceğini ifade etmektedir.²²

1.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 25.0 ve AMOS 21.0 paket programları kullanılmıştır. Ölçeğin faktörleştirilmesi Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile, faktörlerin doğrulanması Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile yapılmıştır. Güvenirlik katsayısı hesaplanması Cronbach Alpha ile yapılmıştır. %27'lik dilimin (alt ve üst grup) karşılaştırılması bağımsız örneklem t testi ile yapılmıştır. Ayrıca frekans, yüzde, standart sapma, ortalama hesaplamaları yapılmıştır.

1.6. Ölçeğe Ait Bilgiler

Ölçeğin ikinci aşaması 8 maddeli ve tek faktörlü yapısı ile 250 kişiye uygulanmıştır. Uygulama sonrası tekrar Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış ardından Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) sırasında ölçekten faktör yükü düşük olduğu için 1 madde daha çıkarılmış, madde çıkarıldığı için tekrar Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmış, en nihayetinde 7 maddeli ve tek faktörlü yapısı ile ölçeğin son hâline erişilmiştir.

Ölçek 5'li Likert tipinde hazırlanmış olup, “Derecelendirme Anahtarı; 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne De Katılmıyorum, 4= Katılıyorum ve 5= Kesinlikle Katılıyorum” şeklindedir.²³ Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçekten en az 7, en fazla 35 puan alınabilmektedir.

2. Bulgular

2.1. Kapsam Geçerliği

Çalışma grubunun yeter sayısı için, yaygın olarak kabul gören en az 100 kişi olmak şartıyla ölçülen her değişken için beş ile on kişi arası olarak ifade edilmektedir.²⁴ Alan yazında faktörlerin güçlü bir yapıda olduğu zamanlarda 100-200 kişi arası örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ifade edilmektedir.²⁵

²¹ Ahmet Hamdi İslamoğlu - Ümit Alıncaık, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)* (İstanbul: Beta, 2016), 202.

²² Sait Gürbüz - Faruk Şahin, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2018), 132.

²³ Robert F. DeVellis, “Ölçek Geliştirme İlkeleri”, çev. Ali Serdar Sağkal, *Ölçek Geliştirme Kuram ve Uygulamalar*, çev. ed. Tarık Totan (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2022), 93.

²⁴ Richard A. Kass - Howard E. A. Tinsley, “Factor Analysis”, *Journal of Leisure Research* 11/2 (1979), 124.

²⁵ Şener Büyüköztürk, “Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 32/32 (2002), 480.

2.2. Yapı Geçerliği

KMO testi korelasyon katsayılarının kısmi korelasyon katsayıları ile karşılaştırılması esasına dayanmaktadır.²⁶ Tablo 3'te KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3. KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları.

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	,951
Bartlett Küresellik Testi (p)	0,000

Açımlayıcı Faktör Analizi yapılmadan önce KMO katsayısı ve Bartlett Küresellik Testinin değerleri incelenmiştir. KMO katsayısı için *“.90'lar mükemmel ve .50'nin altı ise kabul edilemez”* olarak ifade edilmektedir.²⁷ Buna göre ölçeğin KMO katsayısı mükemmel olarak ifade edilmektedir. Değişkenlerin birbirleri ile korelasyona sahip olup olmadığını tespit eden Bartlett Küresellik Testinin ($p < 0,05$) değerinde olması anlamlı olduğunun işareti olarak kabul edilmektedir.²⁸

Faktör analizi, sayıca fazla olan ve aynı zamanda birbirleri ile de alakalı olan değişkenlerin bütünsel olarak yeni bir değişkeni tanımlama hedefindedir.²⁹ Tablo 4'te Açımlayıcı Faktör Analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. Açımlayıcı Faktör Analizi.

Maddeler	Faktör Yükleri	Madde Toplam Korelasyonu
M1	,940	,918
M3	,940	,918
M4	,936	,913
M5	,957	,941
M6	,959	,944
M7	,934	,910
M8	,951	,932
Cronbach Alpha=,980; Açıklanan Varyans (%) =89,369; Öz değer=6,256; $\chi^2(21) =2704,552$		

Ölçeğin 31 maddelik ilk hâli birinci çalışma grubunu oluşturan 231 kişiye uygulanmıştır.

²⁶ Marjorie A. Pett vd., *Making Sense of Factor Analysis : the Use of Factor Analysis for Instrument Development in Health Care Research* (Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2003), 77.

²⁷ Henry F. Kaiser, “an Index of Factorial Simplicity”, *Psychometrika* 39/1 (1974), 35.

²⁸ Joseph F. Hair Jr. vd., *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition* (Australia: Cengage Learning EMEA, 2019), 136-137.

²⁹ Büyüköztürk, “Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı”, 472.

İlk uygulama sonrasında Açımlayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır.

Yapılan faktör analizine göre; faktör yükleri “M1=,940; M3=940; M4=,936; M5=,957; M6=,959; M7=,934; M8=,951” olarak tespit edilirken; toplam madde korelasyonları ise “M1=,918; M3=918; M4=,913; M5=,941; M6=,944; M7=,910 ve M8=,932” olarak tespit edilmiştir. Costello ve Osborne (2005) bir faktör içerisinde en az 3 madde olmasını ve faktör yüklerinin ,50 ve üzeri olmasının tercih edildiğini ifade etmektedir.³⁰ Tabachnick ve Fidell (2013) değişkenler ve faktörler arasında anlamlı korelasyon için ,32 ve üzerinin esas alınmasının gerektiğini ifade etmektedir.³¹ Çokluk vd. (2021) bir maddenin birden fazla boyutta ,32 değerini alması ve yer aldığı boyutlar arasındaki farkın ,1’den az olmasını binişik madde olarak tanımlanmaktadır.³² Seçer (2015) ,32 değerinin gerekliliğini ifade etmektedir. Ayrıca farkın en az ,1 ideal olan farkın ise ,2 olduğunu belirtmektedir.³³ Ölçekte binişik madde olması, faktör yüklerinin gerekli değerleri sağlamaması gibi nedenlerden dolayı 23 madde ilk uygulama sonrası elenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sırasında ölçekten faktör yükü düşük olduğu için 1 madde daha çıkarılmış, en nihayetinde 7 maddeli ve tek faktörlü yapısı ile ölçeğe erişilmiştir.

Madde “yük değerleri; ,32-.5 düşük, .5-.6 iyi, .6-.7 yüksek, .7 üzeri mükemmel ve değerler arasındaki farkın da .1’den büyük” olmasının gerekliliği ifade edilmektedir.³⁴ Buna göre ölçek maddeleri yük değerlerinin “mükemmel” olduğu görülmektedir. Özdeğer için esas alınması gereken değer 1 olduğu ve özdeğerlerin varyansın en az %50’sini açıklaması gerektiği kabul edilmektedir.³⁵ Ölçeğin toplam varyansı %89,369 olarak bulgulanmış ve koşul sağlanmıştır. Ölçeğin tek faktör altında toplandığı ve maddelerin faktör yüklerinin ,913 ile ,959 arasında yer aldığı görülmüştür.

Şekil 1’de özdeğerlere ilişkin yamaç grafiği yer almaktadır.

Cattell’in (1966) faktör sayısı için ifade ettiği “Yamaç Grafiği”³⁶; faktörlerin tespitinde ve tespit edilen faktörlerin varyansı açıklamasında kullanılmaktadır. Başlıca faktörler ile diğer faktörlerin ayrışması; başlıca faktörlerin çizgiye düşmeyerek, diğer önemsiz ve küçük faktörlerin ise grafik üzerinde aşağıya doğru eğimli bir çizgi çizilerek tespit edildiği ifade edilmektedir.³⁷ Özdeğerleri 1’den büyük faktörlerin faktör olarak değerlendirilme esasına

³⁰ Anna B. Costello - Jason W. Osborne, “Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis”, *Practical Assessment, Research & Evaluation* 10/7 (2005), 5.

³¹ Barbara G. Tabachnick - Linda S. Fidell, *Using Multivariate Statistics* (New Jersey: Pearson Education, 2013), 654.

³² Ömay Çokluk vd., *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları* (Ankara: Pegem Akademi, 2021), 233.

³³ İsmail Seçer, *Psikolojik Test Geliştirme ve Uyarlama Süreci SPSS ve LISREL Uygulamaları* (Ankara: Anı Yayıncılık, 2015), 87.

³⁴ Gürbüz - Şahin, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*, 319-320.

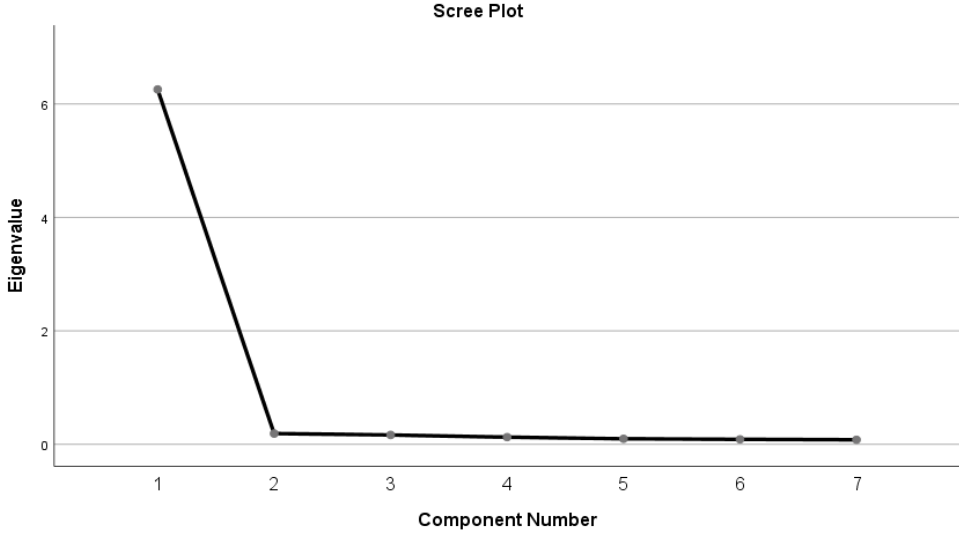
³⁵ David L. Streiner, “Figuring Out Factors: The Use and Misuse of Factor Analysis”, *The Canadian Journal of Psychology* 39/3 (1994), 137-140.

³⁶ Raymond B. Cattell, “The Scree Test for the Number of Factors”, *Multivariate Behavioral Research* 1/2 (1966), 245-276.

³⁷ Richard L. Gorsuch, *Factor Analysis Classic Edition* (New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015), 175.

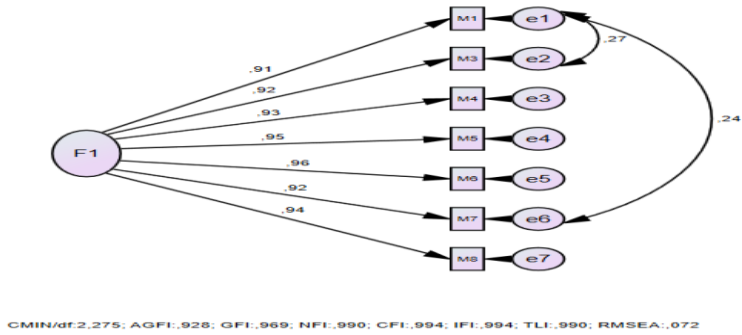
dayanan Kaiser kriterine göre⁸⁸ ölçeğin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmüştür.

Şekil 1. Yamaç Grafiği.



Geliştirilen ölçeğin yapısının doğrulanması amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi uyum iyiliği değerleri sayesinde ölçek hakkında kesin sonuçlar vermektedir. Şekil 2’de Doğrulayıcı Faktör Analizi yer almaktadır.

Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi.



Tablo 5'te Doğrulayıcı Faktör Analizine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi.

Faktör Numarası	Madde Numarası	Yeni Madde Numarası	Faktör Yüğü	Standart Hata	t	p
F1	M1	M1	,913	-	-	-
	M3	M2	,922	,034	29,713	0,00
	M4	M3	,929	,038	25,973	0,00
	M5	M4	,952	,036	28,263	0,00
	M6	M5	,959	,036	29,054	0,00
	M7	M6	,916	,034	28,683	0,00
	M8	M7	,945	,037	27,518	0,00

Hair vd. (2019) tarafından “ $AVE \geq .5$; $CR \geq .7$ ” değerleri, istenen bir durum olarak ifade edilmektedir.³⁹ Birinci düzey tek faktör analiz sonucuna göre; ölçek maddelerinin faktör yüklerinin ,90 üstü ve ($p < 0,05$); $CR = ,97$ ve $AVE = ,87$ olduğu ve şartların sağlandığı tespit edilmiştir.

Yapılan birinci düzey tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi model uyum iyiliği sonuçlarına göre; $\chi^2/df = 2,275$; $RMSEA = ,072$; $GFI = ,969$; $NFI = ,990$; $AGFI = ,928$; $CFI = ,994$; $IFI = ,994$; $TLI = ,990$; $SRMR = ,0081$ olarak bulgulanmıştır. Uyum indeksleri değeri “ $\chi^2/df \leq 3$ iyi uyum, $\chi^2/df < 3-5$ ” arasında ise kabul edilebilir uyum olarak ifade edilmektedir.⁴⁰ Ölçeğin χ^2/df değeri 2,275 olarak hesaplandığı için, iyi uyum sağladığı görülmektedir. “ $RMSEA < 0,05$ iyi, $RMSEA < 0,08$ kabul edilebilir uyum” olarak ifade edilmektedir.⁴¹ Bu açıdan $RMSEA$ kabul edilebilir aralıktadır. Thakkar (2020); “ $GFI > 0,90$ veya $GFI > 0,95$, $AGFI > 0,80$, $CFI \geq 0,90$, $SRMR < 0,05$ ” olarak ifade etmektedir.⁴² Karagöz (2016); “ $\chi^2/sd \leq 3$; $0,95 \leq NFI$; $0,95 \leq TLI$; $0,95 \leq IFI$; $0,97 \leq CFI$; $0,90 \leq GFI$; $0,90 \leq AGFI$; $0 < SRMR \leq 0,05$ ” değerlerini “iyi uyum” olarak ifade etmektedir.⁴³ Li-tze ve Bentler (1999); “ TLI ve CFI için .95'e yakın; $SRMR$ için .08'e yakın ve $RMSEA$ için .06'ya yakın bir değeri kabul edilebilir düzey” olarak ifade etmektedir.⁴⁴ Ölçeğin ifade edilen değerleri sağladığı tespit

³⁹ Hair Jr. vd., *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*, 663-676.

⁴⁰ Sait Gürbüz, *Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2024), 37-38.

⁴¹ Daimi Koçak, *AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Basit, Seri, Paralel ve Durumsal Aracılı Modeller* (Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2025), 26.

⁴² Jitesh J. Thakkar, “Procedural Steps in Structural Equation Modelling”, *Structural Equation Modelling: Application for Research and Practice (with AMOS and R)*, ed. Jitesh J. Thakkar (Singapore: Springer, 2020), 33.

⁴³ Yalçın Karagöz, *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler* (Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016), 975.

⁴⁴ Hu Li-tze - Peter M. Bentler, “Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives”, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* 6/1 (1999), 27.

edilmiştir. Yapılan analizde; e1-e2 ve e1-e6 artık değerleri üzerinde hata terimlerinin korelasyonlarından dolayı iyileştirme yapılmıştır.

2.3. Güvenirlik

Ölçeğin ilk hâlinin uygulandığı 1. çalışma grubu için Cronbach Alpha=,986; ölçeğin son halinin uygulandığı 2. çalışma grubu için Cronbach Alpha=,980 olarak tespit edilmiştir. Cronbach Alpha katsayısının “ $0,80 \leq \alpha < 1$ ” arasında değişmesi ölçeğin “yüksek derecede güvenilir” olduğunu ifade etmektedir.⁴⁵ Buna göre ölçek “yüksek derecede güvenilir” bir ölçek standardını yakalamaktadır.

Tablo 6’da %27’lik alt ve üst dilim madde ayırt edicilik analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 6. %27’lik Dilime Dair (Alt ve Üst Grup) Madde Analizinin t Değerleri.

M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
-55,231	-71,556	-56,522	-96,526	-95,501	-57,139	-102,596

%27’lik alt ve üst gruplara dair yapılan analiz sonucunda, grupların ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulgulanmıştır ($p=,000$). Ölçek arzulandığı şekilde alt ve üst grupları birbirinden ayırarak ölçüm işlemini gerçekleştirdiği görülmektedir.

Sonuç

Çalışma, boykotta dinî motivasyonu ölçmek için ölçme aracı geliştirme amacıyla gerçekleştirilmiştir. Akademisyen ve Türkçe öğretmeni olan 5 uzmanın görüşleri doğrultusunda 31 maddelik ölçeğin ilk hâli 231 kişiye uygulanmış, uygulama sonrasında yapılan analiz neticesinde binişik madde olmalarından dolayı 23 madde ölçekten çıkarılmıştır. Ölçeğin 8 maddelik hâli 250 kişiye uygulanmış, uygulama sonrasında Doğrulamalı Faktör Analizi sırasında ölçekten faktör yükü düşük olduğu için 1 madde daha çıkarılmış ve en sonunda 7 maddeli tek faktörlü bir ölçek olarak neticelenmiştir. Ölçeğe, “Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeği” adı verilmiştir. Ölçekten alınabilecek puanlar en az 7 en fazla 35 olarak bulgulanmıştır. Ölçekten alınan yüksek puan yüksek düzeyde dinî motivasyona düşük puan ise düşük düzeyde dinî motivasyona karşılık gelmektedir.

Ölçeğin sahip olduğu değerler; Cronbach Alpha=,980; Açıklanan Varyans (%) =89,369; Öz değer=6,256; KMO=,951; $\chi^2(21) = 2704,552$; Bartlett Küresellik Testi (p)=0,000 olarak tespit edilmiştir. Cronbach Alphanın=,980 değerinde olması yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Bulgulanan değerler ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

⁴⁵ Aliye Kayış, “Güvenirlik Analizleri (Reliability Analysis)”, *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, ed. Şeref Kalaycı (Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 2014), 405.

Yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi sonucunda ölçeğin sahip olduğu değerler; $\chi^2/df=2,275$; RMSEA=,072; GFI=,969; NFI=,990; AGFI=,928; CFI=, 994; IFI=,994; TLI=,990; SRMR=,0081; CR=,97; AVE=,87 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin gruplar arası ayırt ediciliğinin sınanması yapılmış ve ölçeğin amaçlananı ölçtüğü görülmüştür ($p=,000$). Tüm ifade edilenlerle birlikte en nihayetinde geliştirilen ölçeğin geçerli-güvenilir bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Ölçek 18 yaş üzeri bireylere uygulanabilecek bir yapıya sahiptir. Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeğinin konu ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara kaynaklık etmesi beklenmektedir. Aynı şekilde ölçeğin farklı yaş grupları ile değişkenlerle çalışılması ve ölçeğin güvenilirliği için test tekrar test, iki yarı güvenilirlik testlerinin uygulanması önerilmektedir.

Kaynakça

- Abbas, Sajid vd. "Exploring Consumer Purchase Aversion amid Israel-Palestine War: a Comparative Study of Consumers in India and GCC Countries". *Journal of Islamic Marketing* 16/5 (2024), 1493-1521. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2024-0187>
- Abdullah, Z. vd. "Consumer Boycott: The Effect of Religiosity and Consumer Attitudes". *Global Journal Al-Thaqafah Special Issue* (2024), 85-97. <https://doi.org/10.7187/GJATSI072024-6>
- Akkaya, Mustafa - Gürsu, Orhan. "Gazze Soykırımı Bağlamında Türkiye'de Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi". *Burdur İlahiyat Dergisi Özel Sayı: Gazze* (2024), 95-105. <https://doi.org/10.59932/burdurilahiyat.1576500>
- Balaban Salı, Jale. "Verilerin Toplanması". *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. ed. Ali Şimşek. 134-161. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2012.
- Balaban, Selin - Yücel, Serap. "Tüketici Boykotu ve Tüketicilerin Boykot Katılımlarını Etkileyen Faktörler". *Izmir Democracy University Social Sciences Journal* 2/2 (2019), 191-212.
- Büyüköztürk, Şener. "Faktör Analizi: Temel Kavramlar ve Ölçek Geliştirmede Kullanımı". *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* 32/32 (2002), 470-483. <https://izlik.org/JA38RD36ZC>
- Cattell, Raymond B. "The Scree Test for the Number of Factors". *Multivariate Behavioral Research* 1/2 (1966), 245-276. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr0102_10
- Cossío-Silva, Francisco-José vd. "How to Face a Political Boycott: the Relevance of Entrepreneurs' Awareness". *International Entrepreneurship and Management Journal* 15/2 (2019), 321-339. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00579-4>
- Costello, Anna B. - Osborne, Jason W. "Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis". *Practical Assessment, Research & Evaluation* 10/7 (2005), 1-9.
- Çokluk, Ömay vd. *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi, 6. Basım, 2021.
- Dekhil, Fawzi vd. "Effect of Religiosity on the Decision to Participate in a Boycott The Moderating Effect of Brand Loyalty – the case of Coca-Cola". *Journal of Islamic Marketing* 8/2 (2017), 309-328. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2013-0008>
- DeVellis, Robert F. "Ölçek Geliştirme İlkeleri". çev. Ali Serdar Sağkal. *Ölçek Geliştirme Kuram ve Uygulamalar*. ed. Tarık Totan. 73-114. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 3. Basım., 2022.
- Duğan, Özlem vd. "İsrail-Filistin Savaşı Kapsamında Tüketici Düşmanlığının Boykot Tutumuna Etkisi". *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi* 13/25 (2024), 1-28.
- Friedman, Monroe. *Consumer Boycotts Effecting Change Through the Marketplace and the Media*. New York: Routledge, 1999.

- Gorsuch, Richard L. *Factor Analysis Classic Edition*. New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2015.
- Güncel Türkçe Sözlük. Erişim 16 Haziran 2025. <https://sozluk.gov.tr>
- Gürbüz, Sait. *Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel İlkeler ve Uygulamalı Analizler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, Güncellenmiş 3. Basım, 2024.
- Gürbüz, Sait - Şahin, Faruk. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 5. Basım, 2018.
- Gürsu, Orhan. "Kötülüğün Sıradanlaştırılması: Gazze Soykırımı Bağlamında Psikolojik Bir Analiz". *Burdur İlahiyat Dergisi* 8 (2024), 130-149. <https://doi.org/10.59932/burdurilahiyat.1476096>
- Gürsu, Orhan. "Soykırımcıyı Anlamaya Çalışmak: İsrail'in Gazze'ye Uyguladığı Soykırım Bağlamında Psikolojik Bir Çözümleme Denemesi". *Burdur İlahiyat Dergisi Özel Sayı: Gazze* (Kasım 2024), 1-25. <https://doi.org/10.59932/burdurilahiyat.1575680>
- Hair Jr., Joseph F. vd. *Multivariate Data Analysis, Eighth Edition*. Australia: Cengage Learning EMEA, 8. b., 2019.
- Hidayaturrahman, Mohammad vd. "Second-Wave Boycott of Israeli Products as Political Economic Movements". *JED (Jurnal Etika Demokrasi)* 9/3 (2024), 254-273. <https://doi.org/10.26618/jed.v9i3.14193>
- Hino, Hayiel. "More than Just Empathy: The Influence of Moral Emotions on Boycott Participation Regarding Products Sourced from Politically Contentious Regions". *International Business Review* 32/1, 102034, (2023), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102034>
- Ishak, Suraiya vd. "Influencing Consumer Boycott: between Sympathy and Pragmatic". *Journal of Islamic Marketing* 9/1 (2018), 19-35. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2016-0042>
- İslamoğlu, Ahmet Hamdi - Alnıaçık, Ümit. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. İstanbul: Beta, 5. Basım, 2016.
- Kaiser, Henry F. "an Index of Factorial Simplicity". *Psychometrika* 39/1 (1974), 31-36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
- Kalliny, Morris vd. "Affect as a Driver to Religious-Based Consumer Boycotts: Evidence from Qualitative and Quantitative Research in the United States". *International Journal of Consumer Studies* 42/6 (2018), 840-853. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12450>
- Karagöz, Yalçın. *SPSS 23 ve AMOS 23 Uygulamalı İstatistiksel Analizler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.
- Kass, Richard A. - Tinsley, Howard E. A. "Factor Analysis". *Journal of Leisure Research* 11/2 (1979), 120-138. <https://doi.org/10.1080/00222216.1979.11969385>
- Kayış, Aliye. "Güvenirlilik Analizleri (Reliability Analysis)". *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. ed. Şeref Kalaycı. 401-419. Ankara: Asil Yayın Dağıtım, 6. Basım, 2014.

- Kızılgöçit, Muhammed vd. “Gazze Saldırılarının Türkiye’deki Yankıları: Psikososyal ve Dinî Başa Çıkma Stratejileri”. *darulfunun ilahiyat* 36/1 (2025), 235-269. <https://doi.org/10.26650/di.2025.36.1.1643486>
- Koçak, Daimi. *AMOS ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Basit, Seri, Paralel ve Durumsal Aracılı Modeller*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2025.
- Koku, Paul Sergius vd. “The Financial Impact of Boycotts and Threats of Boycott”. *Journal of Business Research* 40/1 (1997), 15-20. [https://doi.org/0.1016/S0148-2963\(96\)00279-2](https://doi.org/0.1016/S0148-2963(96)00279-2)
- Laswhe, C. H. “A Quantitative Approach to Content Validity”. *Personnel Psychology* 28 (1975), 563-575.
- Li-tze, Hu - Bentler, Peter M. “Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives”. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* 6/1 (1999), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Michaels, Jay L. vd. “Individual Differences in Religious Motivation Influence How People Think”. *Journal for the Scientific Study of Religion* 60/1 (2021), 64-82. <https://doi.org/10.1111/jssr.12696>
- Muhamad, Nazlida vd. “The Role of Religious Motivation in an International Consumer Boycott”. *British Food Journal* 121/1 (2019), 199-217. <https://doi.org/10.1108/BJF-02-2018-0118>
- Noorhafidz, Ayu Nafira Mohd - Ishak, Nadiah. “Boycott Intentions Towards Brands that Supported Israel in The Context of the “Israeli-Palestinian Conflict”. *Journal of Business Innovation* 10/1 (2025), 8-21.
- Pett, Marjorie A. vd. *Making Sense of Factor Analysis: the Use of Factor Analysis for Instrument Development in Health Care Research*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2003.
- Ridwan, Muhamad vd. “Exploring Religious Boycott Trends: A Scopus-Based Bibliometric Analysis”. *SHS Web of Conferences* 212/04024, EDP Sciences (2025), 1-12. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202521204024>
- Roswinanto, Widyarso - Suwanda, Siti Nuraisyah. “Religious Boycott in Indonesia: Investigation of Antecedents and the Effect of Religiosity Dimensions”. *Journal of Islamic Marketing* 14/1 (2021), 174-195. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0246>
- Seçer, İsmail. *Psikolojik Test Geliştirme ve Uyarlama Süreci SPSS ve LISREL Uygulamaları*. Ankara: Anı Yayıncılık, 2015.
- Streiner, David L. “Figuring Out Factors: The Use and Misuse of Factor Analysis”. *The Canadian Journal of Psychiatry* 39/3 (1994), 135-140. <https://doi.org/10.1177/070674379403900303>
- Suhud, Usep. “Purchase Unwillingness and Willingness of Indonesian Consumers towards Israeli Products”. *Binus Business Review* 8/3 (Kasım 2017), 175-182. <https://doi.org/10.21512/bbr.v8i3.2110>

- Tabachnick, Barbara G. - Fidell, Linda S. *Using Multivariate Statistics*. New Jersey: Pearson Education, 6. Basım, 2013.
- Thakkar, Jitesh J. “Procedural Steps in Structural Equation Modelling”. *Structural Equation Modelling: Application for Research and Practice (with AMOS and R)*. ed. Jitesh J. Thakkar. 29-34. Singapore: Springer, 2020.
- Uysal, Adem - Cömert, Yavuz. “Tüketici Boykotu Katılım Güdülleri: Muş İli Örneği”. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi* 8/1 (2017), 97-125.
- Yıldırım, Yusuf Ozan. “Boycott Tendency vs Ethnocentrism Tendency: Comparison of Both in Terms of Religious Importance Value”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 69 (2025), 341-351. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1631023>

Ek: Boykotta Dinî Motivasyonlar Ölçeği

No	Maddeler	1=Kesinlikle Katılmıyorum	2=Katılmıyorum	3=Ne Katılıyorum Ne De Katılmıyorum	4=Katılıyorum	5=Kesinlikle Katılıyorum
1	Çevremdeki bireyler boykota katılmasa bile, kendim için boykota katılmayı dini bir sorumluluk olarak hissederim.					
2	Boykot hakkında karar verirken dini inançlarım her zaman önceliklidir.					
3	Boykot edilen bir ürünü aldığımda, dini inançlarıma ters bir şey yapmış gibi hissederim.					
4	Boykota katılmak, dini inançlarım gereği toplumda doğru olanı yapmamı sağlar.					
5	Boykot edilen ürünleri almadığımda, dini değerlerimi koruduğumu hissederim.					
6	Boykota katılmak, dini tutumumla uyumlu bir şekilde toplumsal adalete katkı sağladığımı düşündürür.					
7	Boykota katılmanın sağlıklı bir dini tutumun göstergesi olduğunu düşünürüm.					

Boykot ile ifade edilen tüketim boykotudur.

Ölçekten en az 7, en fazla 35 puan alınabilmektedir. Ölçekten alınan yüksek puan yüksek düzeyde dinî motivasyona düşük puan ise düşük düzeyde dinî motivasyona karşılık gelmektedir.

Ölçeğin sahip olduğu değerler;

Cronbach Alpha=,980; Açıklanan Varyans (%) =89,369; Öz değer=6,256; KMO=,951;

$\chi^2(21) = 2704,552$; Bartlett Küresellik Testi (p)=0,000;

$\chi^2/df=2,275$; RMSEA=,072; GFI=,969; NFI=,990; AGFI=,928; CFI=, 994; IFI=,994; TLI=,990; SRMR=,0081; CR=,97; AVE=,87

Religious Movitations Scale in Boycott: A Scale Development Study

Extended Abstract

The problem of the study is the question: “Can measurement tools be developed to assess religious motivations in boycotts?”. Aim of the study is to develop a valid and reliable scale that can measure religious motivations in boycotts. Although studies on boycotts have been conducted in the literature, there is no scale development study specifically aimed at directly measuring religious motivations in boycotts. The fact that relationship between boycotts and religious motivation, which affects individuals and societies in many respects, particularly economically, has not been psychometrically examined the psychology of religion literature reveals the need to address the issue on a measurable basis and to concretize it in order to achieve a clearer understanding. The scale to be developed aims to fill the gap in the literature by measuring religious motivations in boycotts and by enabling a better understanding of the background of boycotts and how religious motivation is reflected in them. Study aims to make an original contribution to future research by filling gap in the literature and by concretely revealing religious motivation expressed in relation to boycotts. The study was conducted using a quantitative research method. First, an item pool consisting of 31 items was created for the scale. The prepared item pool was then submitted for evaluation to a panel of five experts, composed of academics from the fields of psychology of religion and guidance and psychological counseling, as well as a Turkish language teacher. The first version of the 31-item scale, on which consensus had been reached, was administered. Study groups were reached through convenience sampling. In the first study group, with regard to gender variable, females constituted 55.8% and males 44.2%; in terms of marital status, 62.3% were married and 37.7% were single; and concerning socioeconomic status, 13% were at a low level, 81% at a middle level, and 6% at a high level. The mean age of the group was found to be 37.11 (min. 19, max. 64, SD = 10.975). Total number of participants in the study group was determined to be 231. In second study group, with regard to gender variable, females constituted 51.6% and males 48.4%; in terms of marital status, 66.4% were married and 33.6% were single; and concerning socioeconomic status, 10% were at a low level, 78.8% at a middle level, and 11.2% at a high level. In addition, Cronbach’s alpha coefficient, frequency, percentage, standard deviation, and mean values were calculated. The scale has a five-point Likert-type structure. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) value was found to be .951, and Bartlett’s Test of Sphericity (p) was determined to be .000. According to factor analysis, the factor loadings were identified as “M1 = .940; M3 = .940; M4 = .936; M5 = .957; M6 = .959; M7 = .934; M8 = .951,” while the corrected item-total correlations were found to be “M1 = .918; M3 = .918; M4 = .913; M5 = .941; M6 = .944; M7 = .910; and M8 = .932.” In addition, the results revealed Cronbach’s Alpha = .980; Explained Variance (%) = 89.369; Eigenvalue = 6.256; and $\chi^2(21) = 2704.552$. It was found that scale was gathered under a single factor, that factor loadings of items ranged between .913 and .959, and that total variance explained by scale was 89.369%. Due to reasons such as presence of cross-loading items and some items not meeting required factor loading criteria, 23 items were eliminated after initial administration. During confirmatory factor analysis, one additional item was removed from the scale due to its low factor loading, and ultimately a 7-item, single-factor structure was obtained. Confirmatory Factor Analysis (CFA) was conducted to verify structure of the developed scale. Following the Confirmatory Factor Analysis (CFA), factor loadings of the items were identified as “M1 = .913; M2 = .922; M3 = .929; M4 = .952; M5 = .959; M6 = .916; and M7 = .945.” It was determined that all factor loadings were above .90

and statistically significant ($p < .05$); Composite Reliability (CR) was .97 and Average Variance Extracted (AVE) was .87. According to the goodness-of-fit indices of the first-order single-factor CFA model, the results were as follows: $\chi^2/df = 2.275$; RMSEA = .072; GFI = .969; NFI = .990; AGFI = .928; CFI = .994; IFI = .994; TLI = .990; and SRMR = .0081. In the analysis, modifications were made based on the correlations between error terms associated with the residual values of e1–e2 and e1–e6. For the first study group, in which initial version of the scale was administered, Cronbach's Alpha was found to be .986; for the second study group, in which final version of scale was administered, Cronbach's Alpha was determined to be .980. As a result of 27% lower and upper group item discrimination analysis, t-values were found to be “M1 = -55.231; M2 = -71.556; M3 = -56.522; M4 = -96.526; M5 = -95.501; M6 = -57.139; and M7 = 102.596.” According to analysis conducted on the 27% lower and upper groups, significant difference was found between the group means ($p = .000$). It was observed that scale successfully distinguished between lower and upper groups as intended and effectively carried out measurement process. The scale was named the “Scale of Religious Motivations in Boycotts .” Scores that can be obtained from scale range from a minimum of 7 to a maximum of 35. A high score obtained from scale corresponds to a high level of religious motivation, whereas a low score indicates a low level of religious motivation. Considering all findings presented, it is ultimately concluded that the developed scale has a valid and reliable structure. The scale is designed to be administered to individuals aged 18 and over. “Scale of Religious Motivations in Boycotts” is expected to serve as a reference for future studies on the subject. Likewise, it is recommended that the scale be applied different age groups and examined in relation to various variables, and that test–retest reliability and split-half reliability analyses be conducted to further assess its reliability.

Keywords:

Psychology of Religion, Religious Motivation, Boycott, Measurement, Scale.