

CONTENTS

	<u>Article Header</u>	<u>Article Type</u>	<u>Page No</u>
	UNDERSTANDING INTERNET BANKING USE IN BANGLADESH:		
1	THE ROLE OF INTERNET BANKING APPS, CUSTOMERS' PERCEPTIONS AND GREEN CONCERN	RESEARCH	100-120
2	A CONCEPTUAL STUDY ON EYE-TRACKING TECHNIQUE IN MARKETING COMMUNICATION	RESEARCH	121-140
3	THE EFFECT OF CONSUMERS' PERCEIVED VALUE IN ONLINE PURCHASES ON BRAND LOYALTY: A STUDY ON THE CLOTHING PRODUCT BASIS	RESEARCH	141-157
4	ANALYSING THE RELATIONSHIP OF BRAND IMAGE WITH PERCEIVED QUALITY, SATISFACTION AND LOYALTY THROUGH STRUCTURAL EQUATION MODELLING	RESEARCH	158-178

İÇİNDEKİLER

	<u>Makale Başlığı</u>	<u>Makale Türü</u>	<u>Sayfa No</u>
1	BANGLADEŞ'TE İNTERNET BANKACILIĞI KULLANIMINI ANLAMAK: İNTERNET BANKACILIĞI UYGULAMALARININ ROLÜ, MÜŞTERİLERİN ALGILARI VE YEŞİL ENDİŞE	ARAŞTIRMA	100-120
2	PAZARLAMA İLETİŞİMİNDE GÖZ TAKİP TEKNİĞİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA	ARAŞTIRMA	121-140
3	TÜKETİCİLERİN ÇEVİRİMİÇİ ALIŞVERİŞLERDE ALGILADIKLARI DEĞERİN MARKA SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: GİYİM ÜRÜNÜ TEMELİNDE BİR ÇALIŞMA	ARAŞTIRMA	141-157
4	MARKA İMAJI İLE ALGILANAN KALİTE, MEMNUNİYET VE BAĞLILIK İLİŞKİSİNİN YAPISAL EŞİTLİK MODELİYLE İNCELENMESİ: BİR HİZMET İŞLETMESİ ÖRNEĞİ	ARAŞTIRMA	158-178