

Z KUŞAĞI TÜKETİCİLERİN MINİMALİZM YÖNELİMLERİNİN YAŞAM TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: KENDİNİ GERÇEKLEŞTİRMENİN ARACILIK ROLÜ¹



Kafkas Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
KAÜİİBFD
Cilt, 16, Sayı 31, 2025
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Makale Gönderim Tarihi: 13.12.2024

Yayına Kabul Tarihi: 17.04.2025

Müzeyyen GELİBOLU
Dr. Öğr. Üyesi
Mustafa Kemal Üniversitesi
Kırıkhan Meslek Yüksekokulu,
Hatay, Türkiye
muzeyyenarslan82@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9852-7243

ÖZ

Kaynakların hızla tüketildiği günümüzde geleceği şekillendirme potansiyeline sahip olan Z kuşağının minimalizm yönelimlerinin araştırılması, sürdürülebilir uygulamaları teşvik edecek pazarlama stratejilerinin benimsenmesi açısından önemlidir. Bu araştırmanın amacı Z kuşağı tüketicilerin minimalizm yönelimlerinin yaşam tatmini üzerindeki etkisini tüketici davranışları kapsamında araştırmaktır. Araştırmada nicel yöntemler kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini Z kuşağı olarak sınıflandırılan 18-26 aralığındaki tüketiciler oluşturmaktadır. Kolayda örnekleme ile çevrimiçi anket yöntemi kullanılarak 228 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırmanın analizleri En Küçük Kareler Yöntemi Yapısal Eşitlik Modellemesi (EKKY-YEM) ile gerçekleştirilmiş; tanımlayıcı istatistikler için SPSS yazılımı kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre minimalizmin Z kuşağı tüketicilerinin yaşam tatmini üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır. Bununla birlikte, minimalizmin kendini gerçekleştirme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu; kendini gerçekleştirmenin ise yaşam tatmini üzerinde pozitif bir etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, kendini gerçekleştirmenin, minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisinde tam aracı rol oynadığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda, minimalizmin yaşam tatminini artırabilmesi, Z kuşağının psikolojik gereksinimlerinden biri olan kendini gerçekleştirme ihtiyacını karşılaması durumunda mümkün olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici minimalizmi, yaşam tatmini, Z kuşağı, kendini gerçekleştirme, sürdürülebilir tüketim

JEL Kodları: M30, M31, M39

Alan: İşletme

Türü: Araştırma

DOI: 10.36543/kauiibfd.2025.014

Atıfta bulunmak için: Gelibolu, M. (2025). Z kuşağı tüketicilerin minimalizm yönelimlerinin yaşam tatmini üzerindeki etkisi: Kendini gerçekleştirmenin aracılık rolü. *KAÜİİBFD*, 16(31), 355-381.

THE EFFECT OF MINIMALISM ON LIFE SATISFACTION OF GENERATION Z: THE FULL MEDIATION ROLE OF SELF- FULFILLMENT



Kafkas University
Economics and Administrative
Sciences Faculty
KAUEAS
Vol. 16, Issue 31, 2025
ISSN: 1309 – 4289
E – ISSN: 2149-9136

Article Submission Date: 13.12.2024

Accepted Date: 17.04.2025

Müzeyyen GELİBOLU

Asst. Prof. Dr.

Mustafa Kemal University

Kirikhan Vocational School,

Hatay, Türkiye

muzeeyenarslan82@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-9852-7243

ABSTRACT

Investigating

Generation Z's minimalism orientation is critical for adopting strategies that promote sustainable practices, given that the rapid depletion of resources. The study aims to explore the impact of Generation Z consumers' minimalism orientation on their life satisfaction in the scope of consumer behaviour. This study aims to examine the impact of Generation Z consumers' minimalism orientation on their life satisfaction within the scope of consumer behavior. A quantitative research method was employed, and the sample consisted of 228 participants aged between 18 and 26, classified as members of Generation Z. Data were collected using an online survey through convenience sampling. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was used for the analysis via SmartPLS software, and descriptive statistics were obtained through SPSS. The findings revealed that minimalism does not have a direct effect on life satisfaction among Generation Z consumers. However, minimalism positively influences self-fulfillment, and self-fulfillment, in turn, has a significant positive impact on life satisfaction. Furthermore, self-fulfillment was found to have a full mediating role in the relationship between minimalism and life satisfaction. Accordingly, minimalism enhances life satisfaction only when it meets psychological needs such as self-fulfillment among Generation Z consumers.

Keywords: Consumer minimalism, life satisfaction, generation Z, self fulfillment, sustainable consumption

JEL Codes: M30, M31, M39

Scope: Business administration

Type: Research

1. GİRİŞ

Günümüzde tüketici davranışları, çevresel sorunların önemli nedenlerinden biri olarak dikkat çekmektedir. Hızlı tüketim kültürü ve plansız tüketim alışkanlıkları, doğal kaynakların tükenmesine, atıkların artmasına ve ekosistemlerin zarar görmesine yol açmaktadır. Özellikle, gereksiz tüketim ve kısa ömürlü ürünlere olan talep, karbon ayak izinin büyümesine ve çevresel sürdürülebilirlik hedeflerinin tehdit altına girmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, tüketici davranışlarında sürdürülebilirlik hem bireysel hem de toplumsal düzeyde çevreye olan olumsuz etkilerin azaltılması için kritik bir öneme sahiptir (Jianping vd., 2014).

Aşırı tüketimin çevreye verdiği zararların farkında olan tüketiciler, doğa ile olan ilişkilerini yeniden kurmak için çeşitli alternatif çözümler aramaktadır. Bu arayışlar, tüketim karşıtı yaşam biçimlerinin ve sosyal hareketlerin gelişmesine olanak tanımaktadır. Materyalist değerlerin neden olduğu tatminsizlik ve aşırı tüketimin çevresel sonuçları, bu yaşam tarzlarının temelini teşkil etmektedir. Tüketim karşıtı düşünce biçimi hayatı daha anlamlı kılmanın ve daha bilinçli bir şekilde sürdürmenin yollarını keşfederek alternatif yaşam biçimleri geliştirmeye yönelmektedir (Taş, 2020, s.39). Sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik eden yaklaşımlar, yalnızca çevresel zararı en aza indirmekle kalmayıp, aynı zamanda bireylerin daha bilinçli ve tatmin edici bir yaşam tarzı benimsemelerine de katkı sağlamaktadır (Wilson & Bellezza, 2022, ss. 796-797). Minimalizm, bu noktada, sürdürülebilir tüketim için güçlü bir araç olarak öne çıkan ve bireyleri daha az tüketerek daha çok değer yaratmaya yönlendiren bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Minimalizm, maddi sahiplikleri azaltmayı ve maddi eşyalar yerine deneyimlere odaklanmayı öncelik haline getiren bir yaşam tarzı tercihidir. Maddi sahiplikleri azaltmaya yönelik bu odaklanma, tüketimi ve atıkları azaltmayı teşvik ettiği için sürdürülebilir tüketimle uyumludur. Minimalizm tüketici davranışlarında kasıtlı bir paradigma değişimi olarak sürdürülebilir tüketim araştırmalarında benimsenebilecek bir yaklaşım olarak karşımıza çıkmaktadır (Kang, Martinez, & Johnson, 2021, s. 802).

Minimalizm, geçmişte estetik, iç mimari tasarım alanında ele alınan bir kavram olup sürdürülebilir tüketim alanında henüz netleşmiş bir tanımı bulunmamaktadır. Tüketici davranışlarında yeni bir olgu olup kuramsallaştırılmasına yönelik çalışmalar (Kang vd., 2021; Wilson & Bellezza, 2022) hız kazanmış durumdadır. Kang ve diğerleri (2021), minimalizmi sürdürülebilir tüketimin bir ögesi, sürekli bir yaşam tarzı olarak tanımlamaktadır. Tüketicinin azaltılması, dağınıklığın ortadan kaldırılması gibi tüketim uygulamalarını kapsayan minimalizmin, tüketicilerin yaşam kalitesini artırdığını

gösteren çalışma sayısı giderek artmaktadır (Jain, Gupta, & Verma, 2024; Malik & Ishaq, 2023). Ancak, söz konusu çalışmaların çoğunlukla gelişmiş ülkelerde yapıldığı, gelişmekte olan ülkelerde konunun ihmal edildiği görülmektedir. Nejad, Skeiseid ve Våland (2024), gelişmekte olan ülkelerde minimalizm gibi tüketimi azaltma çabalarına yönelik araştırmaların az olmasının büyük bir boşluk oluşturduğunu ifade etmektedir. Bu boşluğu doldurmak için araştırmada minimalizm gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye’de ele almaktadır. Bununla birlikte, Fu, Zhang ve Nagai (2024), minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkilerini Asya kültürü bağlamında ele almış olup farklı kültürlerde konunun ele alınmasını önermektedir. Bu öneri doğrultusunda bu çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkileri Asya, Avrupa ve Ortadoğu coğrafyasında köprü durumunda olup farklı bir geçiş kültürüne sahip Türkiye’de ele alınmaktadır. Jain ve diğerleri (2024), Y kuşağı üzerinde yaptıkları çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkilerini ele almakta ve çalışmanın farklı jenerasyonlarda ele alınmasını önermektedir. Bu çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkileri Z kuşağı özelinde araştırılmaktadır. Z Kuşağı, dijitalleşme ve bilgiye hızlı erişim gibi faktörlerle şekillenen bir nesil olarak, daha bilinçli ve sürdürülebilir tüketim tercihlerine eğilim göstermektedir (Statista, 2024). Bu kuşağın tüketici davranışları üzerinde minimalizmin etkisini incelemenin, yalnızca özne iyi oluş düzeyindeki değişiklikleri anlamak için değil, aynı zamanda çevresel ve toplumsal sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için de kritik öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı minimalizmin Z kuşağı tüketicilerinin yaşam tatmini üzerindeki etkisi ile kendini gerçekleştirmenin bu etkideki aracılık rolünü araştırmaktır. Söz konusu ilişkiler Öz Belirleme Teorisi (SDT) (Ryan & Deci, 2000) temelinde değerlendirilmiştir. SDT’ye göre bireyin temel psikolojik gereksinimlerinin tatmini, içsel motivasyon düzeyini arttırarak karar alma süreçleri ve davranış eğilimleri üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Kendini gerçekleştirme gibi psikolojik gereksinimler içsel motivasyon unsuru olup söz konusu gereksinimlerin giderilmesi bireyin motivasyonunu arttırmaktadır (Ryan & Deci, 2000, s.71). Tüketici davranışlarında yaşam tatmini çalışmaları, tüketim yönelimlerinin tüketicilerin bir sorununu çözerek yaşam tatmini sağladığı varsayımına dayanmaktadır (Grzeskowiak & Sirgy, 2015). Bu bağlamda bu çalışmada; “Minimalist tüketim Z kuşağı tüketicilerin yaşam tatminini arttırıyor mu? Minimalist tüketim Z kuşağı tüketicilerinin kendini gerçekleştirme gereksinimini karşılıyor mu? Tüketicilerin minimalist tüketim faaliyetlerinin kendini gerçekleştirme gereksinimini karşılayarak (sorunu çözerek) yaşam tatminini arttırıyor mu? sorularına cevap aranmaktadır.

Bu çalışma alan yazına şu katkıları sağlamaktadır. Bu çalışmada

minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisi Z kuşağı özelinde araştırılmıştır. Bu bağlamda, yapılan incelemede tüketici davranışları alan yazınında Z kuşağı üzerinde yapılmış çalışmaya rastlanmamıştır. Bu durum çalışmanın özgün değerini arttırmakla birlikte Z kuşağının minimalizm yönelimlerinin ele alınması gerek ulusal gerekse uluslararası Z kuşağı tüketim alan yazınına katkı sağlamaktadır. Minimalizm tüketici davranışlarında bir paradigma değişimi olarak tanımlanan çok yeni bir kavramdır (Wilson & Bellezza, 2022). Bu nedenle kendini gerçekleştirmenin minimalizm ile öznel iyi oluş ilişkisindeki tam aracılık etkisi minimalizmin teorik olarak geliştirilmesine ve ilgili yazının zenginleşmesine katkı sağlamaktadır.

Nejad ve diğerleri (2024), gelişmekte olan toplumların bireysel düzeyde tüketim alışkanlıklarının düşürülmesine yönelik araştırmaların eksikliğine ve önemine dikkat çekmektedir. Buna göre bu çalışma gelişmekte olan ülke kategorisindeki Türkiye örneğinde bireysel düzeyde anti tüketim alışkanlıklarına yönelik sonuçlar sunması açısından ulusal ve uluslararası sürdürülebilir tüketim alan yazınına katkı sağlamaktadır. İşletmeler açısından bakıldığında günümüzde sürdürülebilirliğe karşı farkındalığın giderek artması minimalizm tüketim şeklini benimseyecek bir tüketici kitlesinin ortaya çıkarabilir. Bu kitlenin özelliklerinin anlaşılması söz konusu tüketicilere yönelik pazar bölümlendirme stratejilerinin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Bu bağlamda bu çalışma ile uygulayıcılara öneriler sunulmaktadır.

2. TEORİK ARKA PLAN

2.1. Öz Belirleme Teorisi ve Minimalizm

Ryan ve Deci (2000), tarafından geliştirilen SDT, bireylerin davranışlarını yönlendiren motivasyon kaynaklarını açıklamak amacıyla geliştirilmiş bir motivasyon kuramıdır. Teori, bireylerin üç temel psikolojik gereksinime sahip olduğunu varsaymaktadır: özerklik, yetkinlik ve ilişkilenme. Bu gereksinimlerin karşılanması, bireyin içsel motivasyonunu güçlendirmekte ve daha sağlıklı, tatmin edici bir yaşam sürmesine katkıda bulunmaktadır. Özerklik, bireylerin kendi davranışlarını ve kararlarını kontrol etme, seçimlerini özgürce yapma ve yaşamlarını bağımsız bir şekilde yönlendirme yetisini ifade etmektedir. Bireyler, eylemlerinin kontrolünü ellerinde bulundurduklarında, daha güçlü bir içsel motivasyon geliştirme eğiliminde olmaktadır (Andersen, Chen & Carter, 2000; Ryan & Deci, 2000). Yetkinlik, bireylerin sahip oldukları beceri ve yetenekleri geliştirmelerine ve bu yetileri etkili biçimde kullanabilmelerine atıfta bulunmaktadır. Bu gereksinim, bireylerin kendilerini başarılı ve etkili hissetmelerine katkı sağlamaktadır (Kowal & Fortier, 1999). İlişkililik ise bireylerin diğer insanlarla anlamlı sosyal bağlar kurma ve bu bağlar aracılığıyla

kabul görme ve aidiyet hissetme gereksinimlerini kapsamaktadır (Ryan & Deci, 2000).

Minimalist tüketim, bireyin daha az maddi tüketime yönelerek yaşamında daha fazla anlam ve tatmin aramasını teşvik eden bir yaşam biçimidir (Wilson & Bellezza, 2022). Bu yaklaşım, bireylerin tüketim kararlarında daha bilinçli ve kasıtlı tercihler yapmalarına olanak sağlamaktadır. Söz konusu tercihler, bireyin kendi değerlerine ve yaşam amacına uygun seçimler yapması anlamına geldiğinden, bireyin özerklik ihtiyacını destekleyeceği söylenebilir. Ayrıca, minimalistlerin kaynaklarını daha etkili yönetmesi ve yaşamındaki karmaşayı azaltması, yetkinlik hissini güçlendirirken; materyal odaklılıktan uzaklaşıp deneyim ve ilişkilerle daha derin bağlar kurması, ilişkililik ihtiyacını karşılayabilir (Kang, Martinez, & Johnson, 2021).

SDT çerçevesinde, bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının tatmini, içsel motivasyonun artmasına ve buna bağlı olarak davranışsal ve duygusal sonuçların daha olumlu olmasına neden olmaktadır (Ryan & Deci, 2000). Bu bağlamda, minimalist tüketim biçimi, bireylerin yalnızca çevresel fayda sağlama çabası değil, aynı zamanda kendi içsel gelişimlerine ve kendini gerçekleştirme süreçlerine katkıda bulunma arzusuyla da ilişkilidir. Kendini gerçekleştirme, bireyin potansiyelini tam anlamıyla ortaya koyma ve yaşamını anlamlı bir şekilde sürdürme çabasıdır (Grzeskowiak & Sirgy, 2015). SDT'ye göre bu tür psikolojik ihtiyaçların karşılanması, bireyin içsel motivasyonunu artırmakta ve yaşam tatmini üzerinde pozitif etkiler oluşturmaktadır (Ryan & Deci, 2000, s. 71).

Bu çerçevede, çalışmada ele alınan modelde minimalist tüketimin Z kuşağı tüketicilerinin yaşam tatmini üzerindeki etkisinin, kendini gerçekleştirme ihtiyacının karşılanması yoluyla dolaylı bir şekilde gerçekleştiği varsayılmaktadır. SDT'nin, minimalist tüketim ile yaşam tatmini arasındaki ilişkinin kuramsal temellendirilmesi açısından güçlü bir açıklayıcı çerçeve sunduğu düşünülmektedir.

2.2. Minimalizm ve Yaşam Tatmini

Tüketici minimalizmi, az sayıda mal ve mülkiyete sahip olmayı temel alan bilinçli bir tüketim yaklaşımıdır. Minimalist tüketiciler, kasıtlı olarak daha az eşya ile yaşamayı tercih etmekte, genellikle küçük evde yaşama, sıfır atık hareketi ve çeşitli kiralama hizmetleri gibi tüketim uygulamalarını benimsemektedir (Wilson & Bellezza, 2022, s. 797). Pangarkar, Shukla ve Charles (2021), minimalist tüketim uygulamalarını gönüllü sadelik, azaltılmış tüketim, anti-tüketim ve gösterişsiz minimalizm olmak üzere dört boyutta ele almaktadır. *Gönüllü sadelik*, tüketicilerin daha az eşya ile yaşamayı tercih ederek, daha sade ve anlamlı bir yaşam sürme yönelimini ifade etmektedir (Hook, Hodge,

Zhang, Van Tongeren, & Davis, 2023, s.131). *Azaltılmış tüketim boyutu* tüketicilerin edinimlerini miktar olarak sınırlandırmalarını ifade etmektedir. Bu yönelimdeki tüketiciler satın alacakları ürünleri kalitesine, fonksiyonelliğine ve kendi yaşam tarzına uygunluğuna göre özenli bir şekilde seçerek anlamlı bir bütün oluşturmaktadır. Bu yaklaşım, tüketim alışkanlıklarını gözden geçirme ve daha az ama daha değerli olan şeylere odaklanma isteği ile ilişkilidir. Gösterişsiz minimalizm bireylerin sosyal çevrelerinden etkilenecek daha sade ve işlevsel ürünlere yönelmelerini vurgulamaktadır (Meissner, 2019, s. 187). *Anti-tüketim*, bireylerin belirli ürün ve hizmetlerin tüketim uygulamalarına karşı duyduğu güçlü bir nefret ve tiksinti duygusuna atıfta bulunmaktadır. Anti-tüketim, bireylerin belirli tüketim biçimlerine karşı duruş sergileyerek, bu ürünleri kullanmaktan kaçınmalarını içerir. Bu yaklaşım, daha sürdürülebilir ve anlamlı bir yaşam sürme arzusunu desteklerken, aynı zamanda tüketim kültürünün eleştirilmesine de olanak tanımaktadır. Zalewska ve Cobel-Tokarska (2016), minimalizmin tüketimi karşıt bir şekilde ele almadığını veya sona erdirmediğini savunmaktadır. Ancak, bireysel ahlaki tüketim kararlarının merkezine koyarak etik tüketim davranışlarını vurgulamaktadır ve bu perspektiften tüketim toplumuna karşı bir duruş sergilemektedir. Bu yaklaşımı benimseyen bireyler, maddi tüketimi sınırlarken, tüketim değerinden ödün vermezler. Bu bireyler, işlevselliği prestij, sembolizm ve marka değerine tercih ederek satın alma yaparlar. Uzun ömür ve dayanıklılık gibi özelliklere odaklanarak, ihtiyaç duyduklarında ürünlere bakım yapar veya onarımlarını gerçekleştirirler ve gereksiz atıkları azaltarak gerekli eşyalarını korurlar. Sonuç olarak, minimalist yaşam tarzı maddi tüketimi tamamen terk etmez, aksine bilinçli tüketimi vurgular (Kang vd., 2021; Shafqat, Ishaq, & Ahmed, 2023, s. 8).

Minimalizm, bir yaşam tarzı olarak, pek çok kişi tarafından maddi kısıtlamalar nedeniyle değil, yaşam doyumu, mutluluk ve dolu bir hayat elde etmek için benimsenen yeni ortaya çıkan bir düşüncedir. Tüketim süreçlerinin başlangıcından (satın alma kararları) sonuna (atım davranışı) kadar geniş bir yelpazeyi kapsayan bütünsel bir yaşam tarzı sunmaktadır. Bu bağlamda minimalizm, sürdürülebilir tüketim için yeni bir paradigma sunmaktadır. Bireyler, minimalizmi benimseyerek dağınıklığı giderebilir, yeni alımlarda dikkatli olabilir, ürünlerin dayanıklılığına önem verebilir ve öz yeterlilik değerini benimseyebilirler. Bu uygulamalar, daha bilinçli ve sürdürülebilir bir yaşam tarzı geliştirmeye yardımcı olmaktadır (Shafqat vd., 2023, s. 9). Geçmiş çalışmalarda gönüllü sadelik ile birbiri yerine kullanılan kavramlar olsa da minimalizm, yalnızca tüketim azaltmayı değil aynı zamanda bu süreçlerin anlaşılmasını da teşvik eden tüketicilerin satın alma kararlarını daha dikkatli ve düşünceli bir şekilde vermelerini ifade eden yaklaşımıyla gönüllü sadeliğin önüne geçmektedir

(Matte vd., 2021).

Günümüzde bir tüketim biçimi olarak minimalizm çalışmaları henüz başlangıç aşamasında olup çalışmalar minimalizmin kavramsallaştırmasını (Wilson & Belezza, 2022; Kang vd., 2001), minimalist tüketim patriklerine etki eden faktörleri (Gong Zhang, & Wang, 2023), minimalizmin tüketici iyi oluş haline etkileri (Jain vd., 2024; Malik & Ishaq, 2023) ile minimalizmin sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkilerine (Shukla, Mishra, Chatterjee, & Arora, 2023; Mishra, Moharana, Sharma, & Kautish, 2024) odaklanmaktadır. Martin Woodhead (2022), minimalist tüketicilerin çevresel kaygılar, etik kaygılar ve iyi oluş motivasyonu ile minimalizm uygulamalarını gerçekleştirdiklerini ifade etmektedir. Jain ve diğerleri (2024), çevresel farkındalık, modern estetik, gönüllü sadelik, kaynak paylaşımı, normatif etkinin minimalizm üzerinde olumlu etkileri olduğunu bulmuştur. Minimalizm çalışmaları henüz başlangıç aşamasında olsa da en yaygın sonuçlarından biri tüketicilerin iyi oluş hallerini arttırdığıdır (Kang vd., 2021). Bu çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Alan yazında çalışmalar yaşam memnuniyetini yaşam heyecanı, duygusal iyi oluş, depresyon gibi ölçekler ile ölçmektedir. Bu çalışmada tüketicilerin iyi oluş halleri Diener' in (1985) yaşam tatmini ölçeği ile ölçülmüştür.

Öznel iyi oluş, bireylerin yaşamlarından duydukları memnuniyete ilişkin bilişsel ve duygusal değerlendirmelerini kapsar. İnsanlar, istedikleri hedefe ulaşarak veya ihtiyaçlarını karşılayarak iyi oluş haline ulaşabilirler. Öznel iyi oluş, mutluluk, yaşam tatmini, moral ve olumlu etki gibi çeşitli kavramlar altında yapılan çalışmaları kapsamaktadır (Diener, 1984, s. 584). İyi oluşun bilişsel bileşeni olan yaşam tatmini, bireylerin yaşamlarını kendi belirledikleri ölçütlere dayanarak değerlendirdikleri, öznel bir karar verme sürecidir (Shin & Johnson, 1978, s. 478). Bu değerlendirme sürecinde, bireyler mevcut yaşam koşullarını belirledikleri standartlarla kıyaslamaktadır. Yaşam koşulları ile standartlar arasındaki uyum ne kadar yüksekse, bireyin yaşam doyumu da o ölçüde artış göstermektedir (Pavot & Diener, 1993, s. 164). Tüketici araştırmalarında yaşam tatmini tüketicilerin pazarlama faaliyetlerinin mutluluk düzeyine nasıl etki ettiğini ele almaktadır. Tüketim ürünleri ile yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi açıklayan bir grup araştırma, tüketicilerin kimlikleri (benlikleri) ile tüketim davranışlarının uyumlu olmasının mutluluk düzeylerini arttırdığını göstermektedir (Diener, Suh, Lucas, & Smith, 1999). Bununla birlikte, materyalist eğilimleri yüksek olan tüketicilerin mutsuzluk, depresyon ve düşük yaşam tatmini deneyimledikleri alan yazındaki en güçlü bulgulardan biridir (Kasser, 2002, s. 22; Richins & Dawson, 1992, s. 123).

Buna göre, materyalist eğilimler, bireylerin içsel değerleri ve kişisel

ilişkileri yerine maddi kazanımlara odaklanmalarına neden olmaktadır. Maddi kazanımlar kısa süreli memnuniyet yaratsa da uzun vade de yaşam tatminin düşmesine neden olmaktadır (Richins & Dawson, 1992). Bu bağlamda, materyalist değerlerin, bireylerin yaşamlarını daha yüzeysel bir şekilde değerlendirmelerine ve derin anlam arayışından uzaklaşmalarına yol açtığı söylenebilir. Bu durum minimalizm gibi tüketim karşıtı yönelimlerin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Tüketim karşıtı yaşam tarzlarının temelinde içsel, manevi zenginleşme fikri yaygın olarak kabul görse de yeni bir materyalizm karşıtı yönelim olarak minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkilerini ele alan çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Bu bağlamda, bu çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisi Z kuşağı bağlamında araştırılmaktadır.

Yapılan araştırmalar (Kang vd., 2021; Shafqat vd., 2023) minimalizmin tüketicilerin iyi oluş hallerini olumlu etkilediğini göstermektedir. Lloyd ve Pennington (2020), minimalizmin bireylere özerklik (bağımsızlık), yetkinlik, daha fazla zihinsel alan ve artan pozitif duygular sağlayarak eudaimonik (anlam ve amaç odaklı) iyi oluşu artırdığını göstermektedir. Jain ve diğerleri (2024), çalışmalarında minimalizmin tüketici öznel iyi oluş üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Shafqat ve diğerleri (2023), pandemi sürecinde minimalizmin tüketicilerin duygusal iyi oluş halleri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma sonuçları minimalizmin iyi olma haliyle anlamlı ve olumlu bir ilişkiye sahip olduğunu ve depresyonla negatif bir ilişkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Malik ve Ishaq (2023), minimalizmin finansal refah ve mutluluk üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Kang ve diğerleri (2021), yaptıkları çalışmada minimalizmin duygusal iyi oluş ve depresyon üzerindeki etkilerini ele almıştır. Çalışma sonucunda minimalizmin duygusal iyi olma üzerinde olumlu, depresyon üzerinde olumsuz etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Fu ve diğerleri (2024), Çin’de yaptıkları çalışmada minimalizm ile genel kişisel iyi oluş arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Minimalizmin, özellikle gereksiz eşyalardan arınma yoluyla, bireysel öznel iyi oluş üzerinde anlamlı bir olumlu etki yarattığını ortaya koymuştur.

Bu bağlamda bu çalışmada SDT’nin varsayımları ile uyumlu olarak, minimalist yaşam tarzı uygulamalarının tüketicilerin özerklik, yetkinlik ve ilişkililik gereksinimlerini karşılayacağını ve bunun sonucunda tatminlerinin artacağı ileri sürülmektedir. Çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibidir.

H1.Minimalizmin yaşam tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi vardır.

2.3. Minimalizm ve Kendini Gerçekleştirme

Kendini gerçekleştirme, bireyin potansiyelini en üst düzeye çıkarma ve kişisel hedeflerine ulaşma sürecini ifade etmektedir. Bu kavram, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde en üst düzeyde yer almakta ve bireyin kendini ifade etmesi, yaratıcılığı, içsel tatmini ve başkalarına yardım etme gibi unsurları içermektedir (Maslow, 1954, ss. 327-328; McLeod, 2007). Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, bireylerin motivasyonlarını ve ihtiyaçlarını belirli bir sıraya göre düzenleyen bir teoridir. Bu hiyerarşi, beş temel ihtiyaç seviyesinden oluşur ve her bir seviye, bir önceki seviyenin tatmin edilmesine bağlıdır. Maslow (1954), hiyerarşinin en alt seviyesinde fizyolojik gereksinimlerin olduğunu ikinci seviyede ait olma duygusu ve saygı gibi sosyal ve duygusal gereksinimlerinin olduğunu, hiyerarşinin en üst seviyesinin ise kendini gerçekleştirme gereksiniminin olduğunu ifade etmektedir. Kendini gerçekleştirme, bireyin içsel tatminini sağlarken, aynı zamanda çevresine ve güzel nesnelere karşı bir ilgi ve alturizm (başkalarını düşünme) geliştirmesini de ifade eder. Bu aşamada birey, sadece kendi ihtiyaçlarını değil, aynı zamanda başkalarının ihtiyaçlarını da gözetir. Kendini gerçekleştirme, bireyin psikolojik ve duygusal ihtiyaçlarının tatmin edilmesiyle doğrudan ilişkilidir. Bu süreç, bireyin kendine güvenini artırır, özsaygısını güçlendirir ve genel yaşam memnuniyetini yükseltir (Taormina & Gao, 2013). Kang ve diğerleri (2021), minimalizmin tüketime karşı bir duruş olduğunu ifade etmektedir. Minimalizm gibi anti-materyalist yönelimlerin çıkış noktasının gelecek nesiller için kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması olduğu düşünüldüğünde minimalist tüketicilerin alturistik özellikler gösterdiği söylenebilir. Alturistik desenler kendini gerçekleştirme sürecinin bir unsuru olup minimalizm tüketicilerin kendini gerçekleştirme gibi gereksinimlerine katkıda bulunacağı söylenebilir. Rich Hanna, Wright ve Bennett (2017), gönüllü sadelik, psikolojik ihtiyaç tatmini ve yaşam memnuniyeti arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Sonuçlar sade yaşam biçiminin yaşam memnuniyeti üzerindeki olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Özerklik, yetkinlik ve ilişki kurma ihtiyaçları psikolojik ihtiyaçlar olarak gönüllü sadelik ve yaşam tatmini ilişkisine aracılık ettiği bulunmuştur. Jain ve diğerleri (2024), Y kuşağı üzerinde yaptığı çalışmada minimalizm yaşam tarzının tüketicilerin kendini gerçekleştirme ihtiyaçları üzerinde olumlu etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Minimalist bir yaşam tarzı benimseyen bireyler, maddi nesnelerden ziyade, kişisel gelişimlerine, ilişkilerine ve yaratıcı faaliyetlerine odaklanma fırsatı bulacaklardır. Böylece bireyler içsel hedeflerine ulaşmak için daha fazla zaman ve enerjiye sahip olacaklardır. Bu bağlamda çalışmada minimalizmin kendini gerçekleştirme sürecine katkıda bulunacağı beklenmektedir. Çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibidir:

H2. Minimalizmin kendini gerçekleştirme üzerinde anlamlı ve olumlu bir

etkisi vardır.

Öz Belirleme Teorisi (SDT) (Deci & Ryan, 2012) insan motivasyonunun özerklik, yetkinlik ve ilişkililik olmak üzere üç temel psikolojik gereksinimin karşılanmasıyla yönlendirildiğini öne sürmektedir. Buna göre bu ihtiyaçlar karşılandığında bireylerin içsel motivasyon deneyimleme olasılığının artmakta, daha fazla katılım, azim ve memnuniyet ile sonuçlanmaktadır. Aksine, bu ihtiyaçlar engellendiğinde, motivasyonun azalması ve olumsuz psikolojik sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Deci & Ryan 2008). Rich ve diğerleri (2017), yaptıkları çalışmada sade yaşam biçimine yönelik aktivitelerin bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını tatmin ederek yaşam memnuniyetini arttırdığı ortaya konmaktadır. Kendini gerçekleştirme bireyin psikolojik olarak en iyi halini ifade eden bir ihtiyaç olarak değerlendirilebilir. Birey kendini gerçekleştirme ile içsel motivasyon elde ederek tatmin olmuş hissedecek ve böylece yaşam tatmini artacaktır. Bu bağlamda çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibidir.

H3. Kendini gerçekleştirmenin yaşam tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.

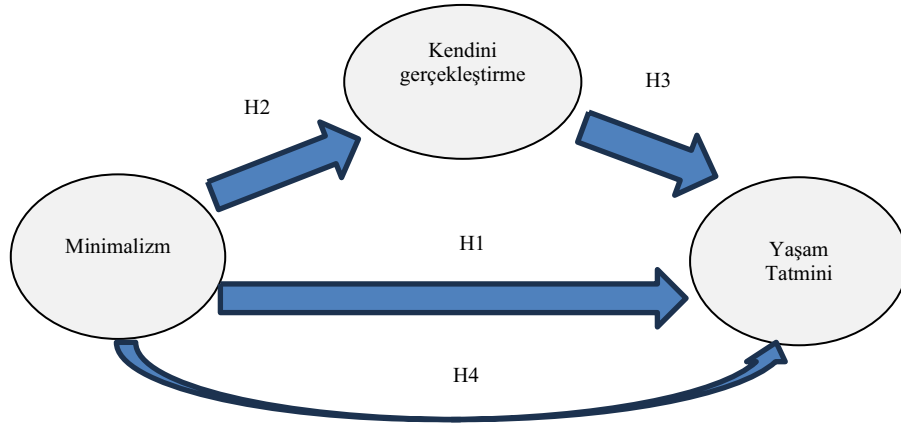
2.4. Minimalizm, Kendini Gerçekleştirme ve Yaşam Tatmini

Minimalizm, bireylerin gereksiz eşyaları ve tüketim alışkanlıklarını azaltarak daha anlamlı bir yaşam sürmelerini sağlayan sürdürülebilir bir yönelimdir. Araştırmalar, anti materyalist yönelimlerin bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını (güvenlik, özerklik, yetkinlik ve ilişkiler) karşılama konusunda olumlu etkiler yarattığını göstermektedir (Kasser, 2009; Kang vd., 2021). Ayrıca, minimalizm uygulamaları, bireylerin stres ve kaygı seviyelerini azaltarak genel yaşam memnuniyetini artırır (Dopiera, 2017; Lloyd & Pennington, 2020). Bu bağlamda, minimalizm, bireylerin refahını ve kendini gerçekleştirme süreçlerini destekleyen önemli bir yaşam tarzı olarak öne çıkacağı söylenebilir. Jain ve diğerleri (2024), Y kuşağı üzerinde yaptıkları araştırmada kendini gerçekleştirmenin minimalizm ve tüketici iyi oluş arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. Rich ve diğerleri (2017), yaptıkları çalışmada sade yaşam biçimine yönelik uygulamaların bireylerin psikolojik ihtiyaçlarını tamamlayarak iyi oluş hallerini olumlu etkilediğini ortaya koymuştur. SDT bağlamında ele alındığında bireylerin özerklik, yetkinlik ve ilişkililik gibi temel psikolojik gereksiniminin karşılanması, içsel motivasyonu artırmakta ve öznel iyi oluşu desteklemektedir (Ryan & Deci, 2000). Minimalist yaşam tarzı, bireyin kendi değerlerine uygun kararlar almasına, yaşamını sadeleştirerek kontrol etmesine ve anlamlı ilişkiler kurmasına imkân tanıyarak bu gereksinimini karşılayacaktır. Bu ihtiyaçların tatmini, bireyin kendini gerçekleştirmesini kolaylaştıracak, kendini gerçekleştirme ise öznel iyi oluş üzerinde doğrudan etkili

olacaktır. Bu nedenle, minimalizmin öznel iyi oluş üzerindeki etkisinde kendini gerçekleştirmenin aracı bir rol oynadığı düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın hipotezi aşağıdaki gibidir:

H4.Minimalizmin öznel iyi oluş üzerindeki etkisinde kendini gerçekleştirmenin aracı rolü bulunmaktadır.

Çalışmanın hipotezlerini içeren araştırma modeli Şekil 1’de sunulmaktadır.



Şekil 1: Araştırma Modeli
Kaynak: Yazar

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırmada örneklem Türkiye’de yaşayan Z kuşağı olarak sınıflandırılan 1996-2012 yıllarında doğmuş tüketicilerden oluşmaktadır. Z kuşağı, millennial kuşağından (1981-1996 yılları arasında doğanlar) sonra ve Alpha kuşağından (2010 ve sonrasında doğanlar) önce gelen bir nesildir. Z kuşağının en yaşlı bireyleri, şu anda yirmili yaşlarının sonlarına gelmiş durumdadır. TÜİK (2023), verilerine göre Türkiye’de yasal evlilik yaşı 18 olup ortalama evlilik yaşı erkeklerde 28, kadınlarda 25 olduğundan bu kuşağın üyelerinin okul bitirmiş, iş sahibi, evlenmiş ve çocuk yapmış olduğu varsayılabilir. Bu bağlamda, Z kuşağının yaşam döngüsünün belirli aşamalarını

tamamladığı söylenebilir. Z kuşağı, dijital çağın içinde doğmuş ve tüketim alışkanlıkları geleneksel yaklaşımlardan farklılaşmış bir nesildir. Bununla birlikte, 2026 yılı itibarıyla Z kuşağının dünya üzerindeki en büyük nüfus grubu olacağını tahmin etmektedir. Gelecekte tüketim potansiyeli en yüksek tüketiciler olacağı ifade edilmektedir. Minimalizm gibi tüketim ve yaşam tarzlarına dair kavramlar, bu neslin değerleri, çevresel farkındalık düzeyi ve deneyim odaklı eğilimleriyle yakından ilişkilidir (Dombrosky, Templeton, Fong, & Director, 2018, s. 8). Z kuşağının örneklem olarak seçilmesi, minimalizmin yeni nesil tüketiciler arasında nasıl algılandığını ve deneyimlendiğini anlamak için kritik bir öneme sahiptir. Tüketim potansiyeli yüksek olan ve genç bir nesli temsil ettiğinden minimalizmin gelecekteki toplumsal ve ekonomik etkilerini öngörmek açısından değerli veriler sunabilir. Sonuç olarak Z kuşağının minimalizm yöneliminin anlaşılması daha sürdürülebilir bir gelecek için tüketim tercihlerinin yönlendirilmesi ve onların beklentilerine uygun stratejiler geliştirilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın örneklemini Z kuşağı olarak belirlenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anakütleyi temsil edecek 228 örnek birimlere ulaşılmıştır. Zaman kısıtına karşı avantaj sağlaması açısından etkin bir yöntem olduğu ifade edilen çevrimiçi anket tekniği uygulanmıştır (Lefever, Dal, & Matthiasdóttir 2007, s. 575). Google Forms uygulaması kullanılarak anket formu oluşturulmuş ve WhatsApp ve e-posta gibi çevrimiçi kanallar vasıtası ile veriler toplanmıştır.

3.2. Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmanın gerçekleştirilmesine ilişkin etik kurul raporu 07.11.2024 tarihinde HMKU Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından onaylanmıştır. Araştırmanın verileri 12.11.2024-28.11.2024 tarihleri arasında gönüllülük esasına dayanarak online anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Anket formu, katılımcılara araştırmaya yönelik bilgi metni ile 2 kısım şeklinde yapılandırılmıştır. Anketin ilk kısmı katılımcıların tanımlayıcı özelliklerini içeren sorulardan oluşmaktadır. İkinci kısım, katılımcıların minimalizm, Kendini gerçekleştirme ve öznel iyi oluşlarını ölçmeye yönelik ölçekler kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekler alan yazında geçerlilik ve güvenilirlikleri test edilmiş ölçeklerdir. Bu bağlamda, minimalizmin ölçümünde tüketici minimalizmi ölçeği (Wilson & Bellezza, 2021), yaşam tatmini değişkeninin ölçümünde Diener'in (1985) yaşam tatmini ölçeği kullanılmıştır. Kendini gerçekleştirme değişkeninin ölçümünde Jain ve diğerleri'nin (2024) çalışmasında kullanılan 3 madde çalışmanın bağlamına uyarlanmıştır. Toplam 14 madde çalışma bağlamına göre uyarlanmıştır. Tüketicilerin ölçeklerde yer alan ifadelere katılma düzeyleri Likert yöntemi ölçülmüştür. Anket soruları İngilizce' den

Türkçe 'ye çevrilmiştir. Çeviriden kaynaklanan anlam hatalarını gidermek için anketler öncelikle 40 kişiye uygulanmıştır. Katılımcıların önerilerine göre anlam kargaşası yaratan maddeler düzeltilmiş ve anketin son şekli verilmiştir. 237 veri toplanmış ve 9 veri yanlış doldurmadan dolayı analize dahil edilmemiştir. Sonuç olarak 228 katılımcı verisi analiz edilmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Çalışmanın ölçüm modelinin analizinde en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi ile Smart PLS 4.0 kullanılmıştır. Demografik özelliklerin ölçümünde SPSS paket programı kullanılmıştır. Bu bağlamda modelin geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapıldıktan sonra hipotezler testleri gerçekleştirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Etik İzinleri

Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

Etik kurul izin bilgileri

Etik değerlendirmeyi yapan kurul adı = Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu

Etik değerlendirme kararının tarihi= 07.11.2024

Etik değerlendirme belgesi sayı numarası= E-21817443-050.99-441254

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcılara yönelik demografik özellikler Tablo 1’de sunulmaktadır. Buna göre katılımcıların%54’ü kadın, %46’ı erkek tüketicilerden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu 18-26 (%97,4) yaş aralığındadır. Katılımcıların %82’ si ön lisans, %18 i lisans mezunudur. Gelir düzeylerine göre katılımcıların %71’i 17bin ve altı, %22,8’i 17 bin-30 bin, %6’sı 30 bin ve üstü gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kadın	123	53,9
	Erkek	105	46,1
	Toplam	228	100
Eğitim Düzeyi	Lise ve öncesi	8	3,50
	Ön-lisans	120	52.60

	Lisans	100	43,90
	Toplam	228	100
Gelir Düzeyi	17 bin ve altı	162	71,2
	17bin- 30 bin	52	22,8
	30 bin ve üstü	14	6
	Toplam	228	100

4.2. Ortak Yöntem Sapması

Anket yöntemi yapılan çalışmalarda ortak yöntem yanlılığı önemli bir sorun teşkil edebilir. Bu tür yanlılıkların önüne geçmek ve belirsizliği en aza indirmek amacıyla, araştırmanın başlangıcında katılımcılara çalışmanın amacı ve kapsamına ilişkin detaylı bilgiler sunulmuştur. Ayrıca, soru formunda, verilen cevapların katılımcıların algılarına dayalı olması gerektiği ve doğru ya da yanlış bir cevabın bulunmadığı belirtilmiştir. Bununla birlikte Smart PLS algoritmasının kullanıldığı çalışmalarda ortak yöntem yanlılığı olasılığı, Varyans Artış Faktörü (VIF) test yöntemiyle test edilebilir. Değişkenlerin içsel VIF değerlerinin altında olması, verilerin güvenilir olduğunu ve ortak yöntem yanlılığı nedeniyle modelin tahminlerinin çarpıtılmadığını göstermektedir (Kock, 2015, s. 8). Değişkenlerin içsel VIF değerleri Tablo 5' te sunulmaktadır. Buna göre, ölçüm modeline ilişkin değişkenlerin VIF değerleri 3.3' ün altında olup, verilerin ortak yöntem yanlılığı hatalarından etkilenmediğini doğrulamaktadır (Kock & Lynn, 2012).

4.3. Faktör Analizi

4.3.1. Yakınsaklık Geçerliliği

Tablo 2' de, ölçüm modelinin değişkenlerinin faktör yükleri ile geçerlilik ve güvenilirlik göstergeleri olarak Crobach's Alfa, AVE ve CR değerleri sunulmaktadır.

Fornell ve Larcker (1981), modelin yakınsak olarak geçerli olması için faktör yükleri 0,50 değerini aşması gerektiğini önermektedir. Bunun yanı sıra, faktör yüklerinin 0,40 ile 0,70 arasında olduğu durumlarda, eğer ilgili AVE veya CR değerleri sınır değerlerin altındaysa, bu ifadelerin modelden çıkarılması önerilmektedir. Yakınsaklık geçerliliğinin sağlanması için yapıların Cronbach Alfa ve (CR) değerlerinin 0,70'in üzerinde olması beklenmektedir (Fornell & Larcker, 1981). Ayrıca, AVE değerlerinin 0,50'yi aşması durumunda yakınsaklık geçerliliğinin sağlandığı kabul edilmektedir.

Modelin gözlemlenen değişkenlerine ait faktör yüklerinin en düşük 0,697 olduğu görülmektedir (Tablo 2). Bunun yanı sıra, Cronbach Alfa ve CR değerlerinin 0,70'in üstünde olduğu, AVE değerlerinin ise 0,50'yi aştığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, ölçüm modelinin yakınsaklık geçerliliği kriterlerini karşıladığını göstermektedir.

Tablo 2: Ölçüm Modelinin Sonuçları

Boyutlar	Ölçeklerin maddeleri	Faktör Yükleri	Cronbach Alfa	CR	AVE
Kendini Gerçekleştirme	KG1.(Çevreye karşı) Sorumlu davrandığımda bir tatmin duygusu hissediyorum.	0,906			
	KG2.Anlamlı ve üretken bir şey yaptığımda daha mutlu ve tatmin olmuş hissediyorum.	0,946	0,891	0,932	0,821
	KG3.Tatmin duygusu hissetmek, bende olumlu duygular ve düşünceler yaratıyor.	0,863			
Yaşam Tatmini	YT1.Pek çok açıdan ideallerime yakın bir yaşamım var.	0,835			
	YT2.Yaşam koşullarım mükemmeldir.	0,829	0,893	0,892	0,581
	YT3.Yaşamım beni tatmin ediyor.	0,874			
	YT4.Şimdiye kadar, yaşamda istediğim önemli şeyleri elde ettim.	0,847			
	YT5.Hayatımı bir daha yaşama şansım olsaydı, hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmedim	0,776			
Tüketici Minimalizmi	TM1.İhtiyacımdan fazla eşya almaktan özellikle kaçınıyorum.	0,697			
	TM2.Çok param olsa bile alacağım şeyi dikkatlice düşünerek alırım.	0,851			
	TM3.Eşyalarımı alırken düşünerek, özenle seçerim.	0,735	0,857	0,919	0,694
	TM4.Eşya sahipliği söz konusu olduğunda, "ne kadar az o kadar iyi (less is more)" anlayışını benimserim.	0,756			
	TM5.Sahip olduğum eşyaların/şeylerin sayısını sınırlandırırım.	0,773			
	TM6.Çok fazla eşya biriktirmekten kaçınıyorum.	0,754			

4.3.2. Ayırışım Geçerliliği

Ölçüm modelinin ayırışım geçerlilik ölçütlerini sağlayıp sağlamadığı, Fornell ve Larcker kriteri ve HTMT oranı kullanılarak değerlendirilmiştir. Fornell ve Larcker kriteri, “modeldeki her yapının AVE büyüklüğünün

karekökünün, arta kalan yapılarla arasındaki ilişki katsayılarından daha yüksek olmasını önermektedir (Hair, Sarstedt, Ringle, & Gudergan, 2018, s. 9). Tablo 3 incelendiğinde, değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının ilgili AVE değerlerinin kareköklerinden düşük olduğu ve Fornell-Larcker kriterinin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 3: Ölçüm Modeline İlişkin HTMT Oranları ile Fornell Larcker Değerleri

	Faktörler	1	2	3
HTMT Oranları	1.Kendini Gerçekleştirme			
	2.Minimalizm	0,531		
	3.Yaşam Tatmini	0,285	0,226	
	Faktörler	1	2	3
Fornell ve Larcker Değerleri	1.Kendini Gerçekleştirme	0,906		
	2.Minimalizm	0,493	0,762	
	3.Yaşam Tatmini	0,276	0,204	0,833

HTMT katsayıları, modelde bulunan değişkenlerin bütün korelasyonlarının ortalamasının aynı değişkene ait ifadelerin korelasyonlarını geometrik ortalamalara oranlarını göstermektedir. Ölçmeye çalışılan yapıların teorik olarak birbirlerine yakın olmaları durumunda HTMT oranlarının 0,90'ın altında olması önerilmektedir (Henseller, Ringle, & Sarstedt, 2015). Tablo 3'te de görüldüğü üzere HTMT oranları 0,540'ın altındadır.

Son aşamada, ölçüm modelinin uyum indisleri test edilmiştir. Ölçüm modelinin iyi uyum göstergeleri sergilediği (SRMR<0,10 ve NFI≥0,80) Tablo 4'te görülmektedir. Bu sonuçlarla birlikte, ölçüm modelinin geçerliliği ve güvenilirliğinin testi sonuçlandırılmıştır. Yapılan analizlerin sonuçlarına göre, ölçüm modeli yapısal olarak geçerlidir.

Tablo 4: Model Uyum Göstergeleri

	Doymuş Model	Tahmin Edilmiş Model
SRMR	0,077	0,077
d- ULS	0,622	0,622
d- G	0,219	0,219
Ki Kare	310,556	310,556
NFI	0,833	0,833

4.3.3. Araştırmanın Modelinin Uyumu

VIF, R^2 , f^2 ve Q^2 parametreleri KEKK-YEM 'de ölçüm modelinin test edilmesinde kullanılmaktadır. Çalışmanın ölçüm modeline yönelik etki katsayıları Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Ölçüm Modeli Etki Katsayıları

Değişkenler	VIF	f ²	R ²	Q ²
Kendini Gerçekleştirme-> Yaşam Tatmini	1,347	0,045	0,082	0,242
Minimalizm-> Yaşam Tatmini	1,347	0,007		
Minimalizm-> Kendini Gerçekleştirme	1,000	0,320	0,243	0,023

VIF değerleri, değişkenler arasındaki çoklu doğrusallığı değerlendirmek için kullanılan bir göstergedir. Bu değerlerin 5'in altında olması, değişkenler arasında çoklu doğrusallık sorununun bulunmadığını ifade eder (Hair vd., 2018, s. 194). Tablo 5 incelendiğinde, VIF değerlerinin tamamının 5'in altında olduğu ve bu nedenle modelde çoklu doğrusallığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Modele ilişkin R² katsayıları değerlendirildiğinde yaşam tatmini %8, kendini gerçekleştirme %24 oranında açıklanmaktadır. f² etki büyüklük değeridir. Cohen (1992), söz konusu değer 0,02 ile üstü olduğunda az düzeyde etkili, 0,15 ile üstü olduğunda orta düzeyli etkili, 0,35 ile üstü olduğunda ise yüksek düzeyde etkili olarak değerlendirildiğini ifade etmektedir. Çalışmada yer alan değişkenlerin f² katsayılarına bakıldığında kendini gerçekleştirmenin yaşam tatmini üzerinde etkisinin zayıf (f²=0,45, R²=0,082), minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisinin zayıf (f²=0,003, R²=0,082) ve minimalizmin kendini gerçekleştirme üzerindeki etkisinin orta düzeyde (f²=0,32, R²=0,243) olduğu söylenebilir.

Q² değeri, ölçüm modelinin tahmin gücünü belirten bir katsayıdır ve bağımlı değişkenler için hesaplanarak modelin öngörü kapasitesini değerlendirmeye olanak tanır. Q²'nin 0'dan büyük olması araştırma modeli değişkenlerinin tahmin gücünün olduğunun göstergesidir (Hair vd., 2017). Modele ilişkin Q² değerleri yaşam tatmini için 0,242 ve kendini gerçekleştirme için 0,023'tür. Bu değerlere göre araştırmanın modelinde tahmin geçerliliği sağlanmaktadır. Diğer bir ifade ile, araştırmanın yapısal modeli, modelin bağımlı değişkenlerini iyi bir şekilde tahminlemektedir.

4.4. Hipotezlerin Test Edilmesi

Çalışmanın hipotezleri PLS-SEM yöntemi kullanılarak test edilmiştir. Modelin değişkenleri arasındaki ilişkiler, t ve p istatistik değerleri ile yol katsayıları üzerinden değerlendirilmiştir. Analizler, yeniden örnekleme yöntemiyle 5000 örneklem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre minimalizmin kendini gerçekleştirme üzerindeki anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır ($\beta=0,493$, $p=0,000$). H1 desteklenmektedir. Kendini gerçekleştirmenin yaşam tatmini üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi vardır ($\beta=0,233$, $p=0,000$). H2 desteklenmektedir. Minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisi istatistiksel

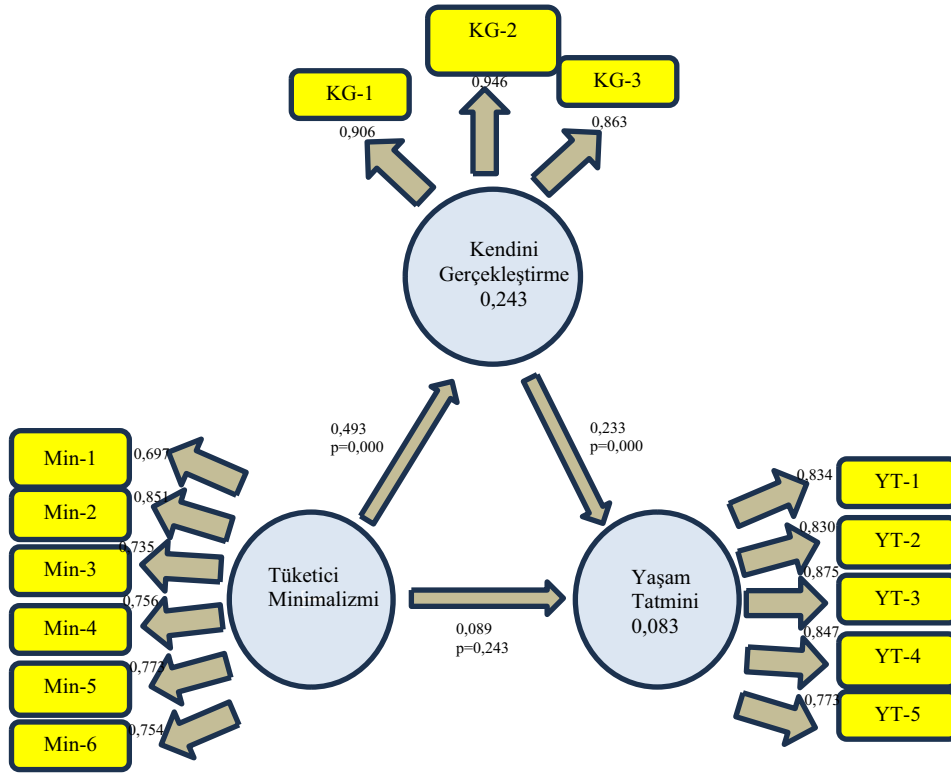
olarak anlamsız olup ($\beta=0,089$, $p=0,243$). H3 hipotezi reddedilmiştir. Tablo 6 araştırmanın hipotezlerine yönelik etki katsayılarını ve hipotezlerin kabul veya ret durumlarını göstermektedir.

Aracılık analizleri

Kendini gerçekleştirmenin, minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisindeki aracılık etkisi güven aralığı ile test edilmiştir. Değerler istenilen aralıkta olup sıfırdan farklıdır. Bu bağlamda Kendini gerçekleştirme minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisinde aracılık rolü oynamaktadır ($\beta=0,115$, $p=0,000$). H4 hipotezi desteklenmektedir. Araştırmanın yapısal modelinin yol katsayıları, anlamlılık değerleri, açıklama oranları Şekil 2’de sunulmaktadır.

Tablo 6: Araştırma Modelinin Etki Katsayıları

Hipotezler	Beta	B	Standart Sapma	T Değeri	P Değeri	Kabu l/ Ret
H1.Minimalizm-> Kendini Gerçekleştirme	0,233	0,236	0,066	3,522	0,000	Kabul
H2.Kendini Gerçekleştirme-> Yaşam Tatmini	0,493	0,499	0,068	7,219	0,000	Kabul
H3.Minimalizm-> Yaşam Tatmini	0,089	0,092	0,076	1,168	0,243	Ret
Spesifik Dolaylı Etkiler						
Hipotezler	Beta	BBCI [%2,5, %97,5]	Standart Sapma	T Değeri	P Değeri	Kabu l/ Ret
H4. Minimalizm-> Kendini Gerçekleştirme-> Yaşam Tatmini	0,115	[0,050; 0,178]	0,032	3,572	0,000	Kabul



Şekil 2: Yapısal Model Analiz Sonuçları
Kaynak: Yazar

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada Z kuşağı tüketicilerde minimalist yaşam tarzının tüketici öznel iyi oluşuna ne derece etki ettiği ve bu etkide kendini gerçekleştirmenin aracılık rolü SDT bağlamında araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda minimalizmin tüketicilerin yaşam tatminini arttırmak için tek başına yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Minimalizmin tüketicilerde psikolojik olarak bir tatmin duygusu yarattığında içsel bir motivasyon sağladığı bunun sonucunda öznel iyi oluş düzeyini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın ilk bulgusu minimalizmin kendini gerçekleştirme üzerinde olumlu etkisi olduğudur. Bu bulgu (Jain vd., 2024) ile ve SDT (Ryan & Deci, 2000) varsayımları uyumludur. Rich ve diğerleri (2017), sade yaşam biçimi pratiklerinin bireylerin psikolojik gelişimlerine katkıda bulunduğunu ifade

etmektedir. Çalışmanın bulgusu benzer şekilde minimalizmin Z kuşağı tüketicilerin kendini gerçekleştirme süreçlerine katkıda bulunduğunu göstermektedir. Minimalizm, Z kuşağı tüketicilerinin yaratıcı faaliyetlere ve kişisel gelişimlerine daha fazla zaman ayırmalarına olanak tanır. Bununla birlikte minimalizm pratikleri bireylerin kaynakları daha dikkatli kullanması ve çevreye karşı sorumlu davranmasını beraberinde getirmektedir. Örneğin; minimalizm pratiği olarak az eşya kullanmak daha az temizlik yaparak, daha az deterjan ve su kullanılarak hem çevreyi kimyasal atıklardan korumak hem de daha az su kullanarak kaynakları tüketmemek anlamına gelmektedir. Bu gibi sorumluluk bilinci ile hareket eden bireylerin içsel tatmin duygusunu deneyimleyerek kendini gerçekleştirme süreçlerine katkıda bulundukları söylenebilir.

Çalışmanın bir diğer bulgusu kendini gerçekleştirmenin yaşam tatmini üzerinde olumlu etkisi olduğudur. Bu bulgu SDT varsayımı ile uyumludur. Yapılan araştırmalar tüketicilerin kendilerini etkili ve yeterli hissettikleri, bir topluluğa ait hissettikleri, kendi yaşamlarında kontrolü olduklarını hissettikleri aktiviteleri gerçekleştirdiklerinde motive olduklarını ve yaşam tatmininin arttığını göstermektedir (Deci & Ryan, 2008). Bir diğer ifade ile bireyler bir takım psikolojik ihtiyaçlarını tatmin ettiklerinde doyum ve tatmin deneyimlemektedir. Kendini gerçekleştirmenin de bir psikolojik gereksinimlerin en üst basamağı olduğu düşünüldüğünde Z kuşağı tüketicilerinin de kendini gerçekleştirme süreci sonucunda yaşam tatmini arttırdığı söylenebilir. Çalışmanın bulgusu alan yazınla uyumludur (Rich vd., 2017, Deci & Ryan, 2008).

Çalışmanın bir diğer bulgusu minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisinin anlamsız olduğudur. Minimalizmin çıktılara ilişkin çalışmalar, minimalizmin yaşam enerjisini arttırdığı ve depresyonu azalttığı (Kang vd., 2021) ve mental refah (Lloyd & Pennington, 2020), duygusal iyi oluş hali (Shafqat vd., 2023), finansal iyi oluş ve mutluluk düzeyi (Malik & Ishaq, 2023), kişisel iyi oluşu (Fu vd., 2023) arttırdığını ortaya koymaktadır. Çalışmanın bulgusu alan yazın ile çelişmektedir. Bunun nedeni çalışmanın Z kuşağı üzerinde yapılmış olması olabilir. Z kuşağı tüketicileri 12-26 yaş aralığında olan Türkiye de yaşayan tüketicilerden oluşmaktadır. Bu yaş aralığındaki tüketicilerin oldukça genç olup mental olarak belirli bir olgunluğa erişmemiş bireyler olabileceği söylenebilir. Minimalizm gibi bilinçli tüketim pratiklerinin en önemli göstergelerinden biri olan çevresel kaygılar ve farkındalık (Jain vd., 2024) kendi hayatlarını kurabilme kaygısında olmaları olabilir. Bu durumu Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ile açıklamak gerekirse minimalizm pratikleri daha çok psikolojik tatmin sonucunda iyi oluş halini arttırmaktadır. Bu bağlamda Z kuşağı tüketicileri henüz piramidin fizyolojik ihtiyaçlar basamağında oldukları için minimalizm yaşam tatminini doğrudan arttırmayabilir.

Çalışmanın bir diğer bulgusu kendini gerçekleştirmenin minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisinde aracılık rolü olduğudur. Bu bulgu çalışmanın en çarpıcı bulgusudur. Buna göre minimalizm Z kuşağı tüketicilerin yaşam tatminini arttırmak için tek başına yeterli bir faktör değildir. Minimalizm bireyin kendini gerçekleştirmesi yoluyla tüketicilerde yaşam tatminini arttırmaktadır. Buna göre Z kuşağı tüketicilerin minimalist tüketim pratikleri sadece psikolojik gelişimlerine hizmet ettiğinde tatmin sağlamaktadır. Bu bulgu çalışmanın en ilginç bulgularından biridir. Jain ve diğerleri (2024), X kuşağı üzerinde yaptıkları çalışmada kendini gerçekleştirmenin kısmi aracılık ettiğini ortaya koysa da bu çalışma Z kuşağı için durumun farklı olduğunu kendini gerçekleştirmenin tam aracı etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgu SDT (Ryan & Deci, 2000) varsayımlarını desteklemektedir.

Bu çalışma alan yazına şu katkıları sağlamaktadır. Bu çalışmada minimalizmin yaşam tatmini üzerindeki etkisi Z kuşağı özelinde araştırılmıştır. Gerek ulusal gerek uluslararası alan yazında Z kuşağı üzerinde yapılmış çalışmaya rastlanmamıştır. Kendini gerçekleştirmenin tam aracılık etkisi minimalizmin teorik olarak geliştirilmesine ve zenginleşmesine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, Nejad ve diğerleri (2024), gelişmekte olan toplumların bireysel düzeyde tüketim alışkanlıklarının düşürülmesine yönelik araştırmaların eksikliğine ve önemine dikkat çekmektedir. Buna göre Türkiye örneğinde bireysel düzeyde anti tüketim alışkanlıklarına yönelik sonuçlar sunması açısından ulusal ve uluslararası sürdürülebilir tüketim alan yazına katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. Kolayda örnekleme tesadüfi olmayan bir örnekleme yöntemidir. Çalışmada kolayda örnekleme yönteminin benimsenmesi çalışmanın ana kütleye genellenebilirliğini kısıtlamaktadır. Gelecekteki çalışmalarda, araştırma modeli, tesadüf örnekleme yöntemlerinden faydalanılarak test edilebilir. Çalışma nicel analiz yöntemi ile yapılmıştır. Minimalizmin bir yaşam biçimi olduğu düşünüldüğünde çalışmanın boylamsal bir tasarımla nitel olarak tekrar edilmesi önerilebilir. Bu çalışma gelişmekte olan ülke kategorisinde bulunan Türkiye kapsamında gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonuçlarının gelişmiş ülkelerdeki Z kuşağı tüketicileri ile aynı sonucu verip vermeyeceği test edilebilir. Fu ve diğerleri (2024), minimalizm pratiklerinin yorumlanmasında kültürün önemine vurgu yapmaktadır. Bu çalışma Türkiye’de gerçekleştirilmiş olup Türkiye Asya Avrupa ve Ortadoğu arasında bir geçiş coğrafyasında bulunmaktadır. Çalışmanın sonuçları farklı kültürlerde farklı sonuçlar verebilir. Bu bağlamda, çalışma modelinin farklı kültürlerde test edilmesi önerilebilir. Çalışma sonuçları minimalizmin Z kuşağı tüketicilerinin yaşam tatminini doğrudan etkilemediğini

göstermektedir. Gelecek çalışmalarda bunun nedenleri araştırılabilir. Minimalizm henüz çok yeni bir kavram olup ulusal alan yazında pek çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın Türkiye’de farklı bölgelerde tekrarlanarak sonuçların benzer ya da farklılığın karşılaştırılması minimalizmin teorik olarak anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Örneğin aynı modelde mindfulness, bilişsel farkındalık gibi değişkenlerin moderatör etkisi test edilmesi minimalizmin sonuçları hakkında daha derin bir anlayış sunabilir. Bu çalışma Z kuşağını öznel iyi oluş düzeyini ölçmektedir. Gelecek çalışmalarda Minimalizmin duygusal iyi oluş, finansal iyi oluş halleri ölçülebilir. Çalışma modelinin farklı jenerasyonlarda tekrar test edilmesi ve karşılaştırılması konuya ilişkin daha detaylı bilgi ve anlayış sunacaktır.

Çalışmanın bulgularının pazarlama uygulayıcılarına bazı öneriler sunabilir. Pazarlama uygulayıcıları minimalist tüketicileri hedefleyen işletmeler ve markalar bu tüketici grubunun kendini gerçekleştirme gibi psikolojik ihtiyaçlarını ön plana çıkaran stratejiler benimseyerek müşteri memnuniyeti sağlayabilirler. Örneğin, markalarının sürdürülebilir yaşam biçimini desteklediklerine yönelik reklamlar ve logolar kullanabilir, reklam metinlerinde içsel motivasyonlarını harekete geçirecek sloganlar kullanabilirler. Böylece işletmeler hedef tüketici kitlesinin daha sürdürülebilir bir tüketim anlayışını benimsemelerini sağlayabilirler.

6. ÇIKAR ÇATIŞMASI BEYANI

Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

7. MADDİ DESTEK

Bu çalışmada herhangi bir fon veya destekten yararlanılmamıştır.

8. YAZAR KATKILARI

MG: Fikir;

MG: Tasarım;

MG: Denetleme;

MG: Kaynakların toplanması ve/veya işlemesi;

MG: Analiz ve/veya yorum;

MG: Literatür taraması;

MG: Yazıyı yazan;

MG: Eleştirel inceleme

9. ETİK KURUL BEYANI VE FİKRİ MÜLKİYET TELİF HAKLARI

Çalışmada etik kurul ilkelerine uyulmuştur ve fikri mülkiyet ve telif hakları ilkesine uygun olarak gerekli izinler alınmıştır.

10. KAYNAKÇA

- Andersen, S. M., Chen, S., & Carter, C. (2000). Fundamental human needs: Making social cognition relevant. *Psychological Inquiry*, 11(4), 269-275. <https://www.jstor.org/stable/1449619>
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168. <http://www.jstor.org/stable/2489522>.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-determination theory. *Handbook of Theories of Social Psychology*, 1(20), 416-436. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n21>.
- Deci, E. L., Ryan, R. M. H. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: an introduction. *Journal of Happiness Studies*, 9, 1-1. <https://doi.org/10.1007/s10902-006-9018-1>.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.95.3.542>.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E., & Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125(2), 276. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.2.276>
- Dombrosky, K., Templeton, B., Fong, J., & Director, F. (2018). *An insider's guide to Generation Z and higher education 2018*. University Professional and Continuing Education Association.
- Dopierala, R. (2017). Minimalism—a new mode of consumption? *Przegląd Socjologiczny*, 66(4), 67-83. <https://doi.org/83.10.26485/PS/2017/66.4.4>.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>.
- Fu, L., Zhang, Z., & Nagai, Y. (2024). Minimalism and personal well-being: a study of current trends in China. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 34(7), 1035-1055. <https://doi.org/10.1080/10911359.2023.2231987>.
- Gong, Y., Zhang, Y., & Wang, Y. (2023). Minimalism in social crowdedness: The impact of social crowding on minimalistic consumption practices. *Journal of Business Research*, 160, 113768. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113768>.
- Grzeskowiak, S. & Sirgy, J. (2015). The life satisfaction process: The role of consumption centrality in life. *31ème Congrès de l'Association Française du Marketing-AFM bildiri kitabı* içinde (ss.1-21). Fransa
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M. & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced issues in partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Henseler, J., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modelling. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.

- <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>.
- Hook, J. N., Hodge, A. S., Zhang, H., Van Tongeren, D. R., & Davis, D. E. (2023). Minimalism, voluntary simplicity, and well-being: A systematic review of the empirical literature. *The Journal of Positive Psychology*, 18(1), 130-141. <https://doi.org/10.1080/17439760.2021.1991450>.
- Jain, V. K., Gupta, A., & Verma, H. (2024). Goodbye materialism: exploring antecedents of minimalism and its impact on millennials well-being. *Environment, Development and Sustainability*, 26(8), 19779-19805. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03437-0>.
- Jianping, L., Minrong, L., Jinnan, W., Jianjian, L., Hongwen, S., & Maoxing, H. (2014). Global environmental issues and human wellbeing. *Report on Global Environmental Competitiveness (2013)*, 3-21. https://doi.org/10.1007/978-3-642-54678-5_1
- Joy, V., & Jain, V. K. (2024). Quest for less! Living with minimalism for building a better sustainable world-a qualitative study exploring millennials perspective. *International Journal of Sustainable Agricultural Management and Informatics*, 10(4), 405-428. <https://doi.org/10.1504/IJSAMI.2024.141846>.
- Kang, J., Martinez, C. M. J., & Johnson, C. (2021). Minimalism as a sustainable lifestyle: Its behavioural representations and contributions to emotional well-being. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 802-813. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.011>.
- Kasser, T. (2002). *The high price of materialism*. Cambridge: MIT Press.
- Kasser, T. (2009). Psychological need satisfaction, personal well-being, and ecological sustainability. *Ecopsychology*, 1(4), 175-180. <https://doi.org/10.1089/eco.2009.0025>.
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM: A full collinearity assessment approach. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1-10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>.
- Kock, N., & Lynn, G.S. (2012). Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: An illustration and recommendations. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7), 546-580. <https://doi.org/10.17705/1jais.00302>
- Kowal, J., & Fortier, M. S. (1999). Motivational determinants of flow: Contributions from self-determination theory. *The Journal of Social Psychology*, 139(3), 355-368. <https://doi.org/10.1080/00224549909598391>
- Lefever, S., Dal, M. & Matthíasdóttir, Á. (2007). Online data collection in academic research: advantages and limitations. *British Journal of Educational Technology*, 38(4), 574-582. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2006.00638.x>.
- Lloyd, K., & Pennington, W. (2020). Towards a theory of minimalism and wellbeing. *International Journal of Applied Positive Psychology*, 5(3), 121-136. <https://doi.org/10.1007/s41042-020-00030-y>.
- Malik, F., & Ishaq, M. I. (2023). Impact of minimalist practices on consumer happiness and financial well-being. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73, 103333. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103333>.

- Martin-Woodhead, A. (2022). Limited, considered and sustainable consumption: The (non)consumption practices of UK minimalists. *Journal of Consumer Culture*, 22(4), 1012–1031. <https://doi.org/10.1177/14695405211039608>.
- Maslow A. H. (1954) *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- Matte, J., Fachinelli, A. C., De Toni, D., Milan, G. S., & Olea, P. M. (2021). Relationship between minimalism, happiness, life satisfaction, and experiential consumption. *SN Social Sciences*, 1(7), 166. <https://doi.org/10.1007/s43545-021-00191-w>.
- McLeod, S. (2007). Maslow's hierarchy of needs. *Simply Psychology*. 03.12.2024 tarihinde <https://www.simplypsychology.org/maslow> adresinden erişildi.
- Meissner, M. (2019). Against accumulation: lifestyle minimalism, de-growth and the present post-ecological condition. *Journal of Cultural Economy*, 12(3), 185–200. <https://doi.org/10.1080/17530350.2019.1570962>.
- Mishra, S., Moharana, T. R., Sharma, R., & Kautish, M. (2023). Exploring the role of self-conscious emotions between consumer minimalism and rental behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 40(5), 491-513. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2023-0322>.
- Nejad, S. G., Skeiseid, H. V., & Våland, T. I. (2024). Individual-level consumption reduction: Literature review and research propositions. *Journal of Cleaner Production*, 143420. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.143420>.
- Pangarkar, A., Shukla, P., & Charles, R. (2021). Minimalism in consumption: A typology and brand engagement strategies. *Journal of Business Research*, 127, 167-178. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.033>.
- Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5(2), 164–172. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.5.2.164>.
- Rich, S. A., Hanna, S., Wright, B. J., & Bennett, P. C. (2017). Fact or fable: Increased wellbeing in voluntary simplicity. *International Journal of Wellbeing*, 7(2). <https://doi.org/10.5502/ijw.v7i2.589>.
- Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303–315. <http://dx.doi.org/10.1086/209304>.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>.
- Shafqat, T., Ishaq, M. I., & Ahmed, A. (2023). Fashion consumption using minimalism: Exploring the relationship of consumer well-being and social connectedness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103215. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103215>.
- Shin, D. C., & Johnson, D. M. (1978). Avowed happiness as an overall assessment of the quality of life. *Social Indicators Research*, 5(14), 475–492. <https://doi.org/10.1007/BF00352944>.
- Shukla, Y., Mishra, S., Chatterjee, R., & Arora, V. (2024). Consumer minimalism for sustainability: Exploring the determinants of rental consumption intention.

- Journal of Consumer Behaviour*, 23(2), 514-529. <https://doi.org/10.1002/cb.2227>.
- Statista Research Department, (2024). *Survey of share of Gen Z who are conscious of improving environmental impact in the U.S. 2022*. 02.12.2024 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/1356482/us-improving-environmental-impact-gen-z/#statisticContainer> adresinden erişildi.
- Tüik, (2023). *İllere göre ortalama ilk evlenme yaşı*. 03.12.2024 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2023-53707> adresinden erişildi.
- Taormina, R. J., & Gao, J. H. (2013). Maslow and the motivation hierarchy: Measuring satisfaction of the needs. *The American Journal of Psychology*, 126(2), 155-177. <https://doi.org/10.5406/amerjpsyc.126.2.0155>.
- Taş, S. (2020). Tüketim karşıtı yaşam tarzları: freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*, (6), 38-64. <https://doi.org/10.48131/jscs.820039>.
- Wilson A. V., & Bellezza, S. (2022). Consumer minimalism. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 796-816. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab064>.
- Zalewska, J., & Cobel-Tokarska, M. (2016). Rationalization of pleasure and emotions: The analysis of the blogs of Polish minimalists. *Polish Sociological Review*, 196(4), 495-412. <https://www.jstor.org/stable/26383044>.