**The impact of NFT contents on the consumer's purchasing decision**

Doç. Dr. Sefer DARICI – Dr. Öğr. Üyesi Selçuk Yasin Yıldız

**Abstract**

NFT (Non-fungible Token) sales are increasing worldwide. NFT purchase decisions differ from traditional consumer decisions in terms of both content and the targeting consumer. Determining the content properties of the NFTs purchased by the NFT consumer is an important point in revealing which factors affect the purchasing decision. In this study, 200 NFTs sold from Turkey were selected with the purposeful sampling method, their contents were coded and it was tried to reveal what features they had. The findings were discussed on 5 main themes. 1- Reality-Imagination 2- NFT Collection 3- Field of interest 4- Sectoral 5- Investment in the unknown

Keywords: NFT, consumer, decision, future

**NFT içeriklerinin tüketicinin satın alma kararına etkisi**

**Özet**

NFT (Non-fungible Token) satışları dünya genelinde artmaktadır. NFT satışları gerek içerik gerekse hitap ettiği tüketici kitlesi açısından geleneksel tüketici kararlarından farklılık göstermektedir. NFT tüketicisinin satın aldığı NFT’lerin içerik özelliklerinin belirlenmesi satın alma kararının hangi unsurlardan etkilendiğinin ortaya konulmasında önemli bir noktadır. Bu çalışmada Türkiye adresli satışı yapılan 200 NFT amaçlı örneklem yöntemiyle seçilerek içerikleri kodlanmış ve hangi özellikleri taşıdığı ortaya konmaya çalışılmıştır. Bulgular 5 ana tema üzerinde tartışılmıştır. 1- Gerçeklik-Hayal 2- Kolleksiyon 3- İlgi alanı 4- Sektörel 5- Bilinmeze yatırım

**Anahtar kelimeler:** NFT, tüketici, karar, gelecek