

Судар'янто, Імам Суросо, Аніфатул Ханім, Джалоні Пансірі, Таскія Латіфатіл Умама

## **Вплив культури, іміджу бренду та ціни на рішення щодо покупки: дані зі Східної Яви (Індонезія)**

Останнім часом феномен маркетингової стратегії демонструє значні покращення, звужуючись від загальної до конкретної культурної етнічної бази та від аналізу змінних до аналізу вимірів. У роботі вивчається вплив культури, іміджу бренду та ціни на рішення щодо покупки. Популяцію дослідження становили роздрібні споживачі Сітубондо (Східна Ява, Індонезія). Для отримання вибірки зі 112 респондентів як первинного джерела даних використано багатоступеневу вибірку; описова статистика дозволяє отримати демографічні характеристики роздрібних споживачів у Східній Яві, Індонезія. Неочікуваним виявилось те, що статеві приналежності були домінуючою під час прийняття рішення про покупку. Більшість роздрібних клієнтів були працівниками приватного сектору та визначені як особи з вищими доходами. Щоб відповісти на гіпотези дослідження, відповіді були проаналізовані з використанням множинних лінійних регресій. Результати показали, що культурний вимір Хофстеде, імідж бренду та ціна суттєво вплинули на рішення споживачів про покупку в роздрібних магазинах Східної Яви (Індонезія). Що стосується сили ісламської культури на Східній Яві, то головним фактором при прийнятті рішень про покупку була ціна. Для вивчення наслідків цих взаємозв'язків необхідні подальші дослідження, у яких бажано використати етнографічні підходи з акцентом на якісні показники.

**Ключові слова:** культура, імідж бренду, рішення щодо покупки, роздрібна торгівля, багатоетапна вибірка, Східна Ява

**Класифікація JEL:** C83, L81, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.