

Арієф Хельмі, Евіс Марті, Умі Калтум, Юді Ахмад Файсал

Вплив гедонічних цінностей та екстраверсії на імпульсивний онлайн-шопінг: Емпіричні дані з Індонезії

Метою цього дослідження є аналіз індонезійських споживачів та їхніх гедонічних цінностей, екстраверсії та імпульсивного онлайн-шопінгу, а також вивчення впливу гедонічних цінностей та екстраверсії споживачів на імпульсивний онлайн-шопінг. У статті використаний кількісний метод дослідження, який застосовує описові та асоціативні інструменти. Первинні дані були зібрані з допомогою опитувань індонезійських споживачів у соціальних мережах, які купують товари через засоби електронної комерції. Із 440 респондентів, які взяли участь в анкетуванні, лише 400 заповнили їх достовірно. Згідно з опитуванням, щонайменше 75% респондентів регулярно здійснюють покупки онлайн. Результати дослідження описують три типи індонезійських інтернет-споживачів: ті, хто має гедонічні цінності, ті, хто має досить високий рівень екстравертності особистості, і ті, хто схильний до імпульсивного онлайн-шопінгу. Результати аналізу шляхів показують, що як гедонічна цінність, так і екстраверсія мають значний вплив на імпульсивний онлайн-шопінг. Споживачі-гедоністи насолоджуються онлайн-шопінгом, і в результаті знаходять товари, які раніше обдумано не розглядали для покупки. З іншого боку, екстравертні споживачі, які є товариськими, пристрасними та приємними в соціальних ситуаціях, частіше зацікавлені в імпульсивному онлайн-шопінгу. Ці результати дають власникам онлайн-бізнесу необхідні рекомендації, демонструючи важливість розроблення вебсайту, який був би не тільки інформативним, але і візуально привабливим, щоб стимулювати імпульсивний шопінг.

Ключові слова: екстраверсія, гедонічні цінності, маркетинг, онлайн-шопінг, імпульсивний шопінг

Класифікація JEL: D12, D91, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.