

Нел Аріанті, Дедек Курніаван Гултом, Віллі Юснандар, Мухаммад Аріф

### **Детермінанти імпульсивної купівельної поведінки: Опосередкована роль позитивних емоцій покупців роздрібних товарів у мінімаркетах Індонезії**

Імпульсивна покупка характеризується швидкими та незапланованими рішеннями про покупку, часто викликаними усвідомленою необхідністю або привабливими пропозиціями. Мінімаркети працюють у менших масштабах, ніж гіпермаркети та супермаркети, але суттєво впливають на поведінку споживачів, переважно тому, що вони використовують різні рекламні стратегії. Мета цього дослідження – визначити вплив цінкових знижок і атмосфери закладу на імпульсивну купівельну поведінку за допомогою позитивних емоцій. Це дослідження проведено в Медані, Північна Суматра, Індонезія, за допомогою методу неімовірної вибірки; онлайн-анкета була використана для збору даних від 180 учасників за допомогою Google Forms. Дані проаналізували за допомогою методів моделювання структурних рівнянь (SEM) та оцінювання часткових найменших квадратів (PLS). Результати показали, що цінкові знижки та атмосфера закладу суттєво впливають на позитивні емоції та імпульсивні покупки ( $p < 0,05$ ). Позитивні емоції суттєво впливають на імпульсивну покупку ( $p < 0,05$ ). Крім того, цінкові знижки та атмосфера закладу впливають на імпульсивну покупку через позитивні емоції ( $p < 0,05$ ). Це дослідження розкриває складні механізми, що лежать в основі реакції споживачів на ситуацію в магазинах, надаючи важливу інформацію роздрібним торговцям і маркетологам для навігації у мінливій сфері роздрібно́ї торгівлі.

**Ключові слова:** споживча поведінка, роздрібна торгівля в мінімаркетах, SEM-PLS, Індонезія

**Класифікація JEL:** M31, M39, L81



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.