



Libyan International Medical University
Faculty of Business Administration

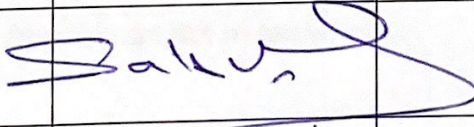
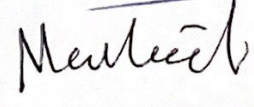
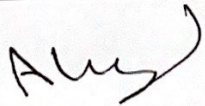
Department of Marketing
Graduation Project
Spring | 2022

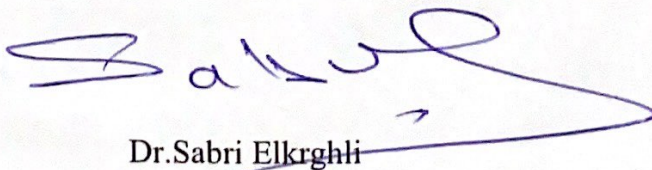
**The Effect of Pricing Strategies on Consumer
Purchasing Decisions in Libya**

Prepered By:
Sara Salem Hamad Elmograbi
Supervised By:
Dr. Sabri Elkrghli

Acceptance and Approval

The graduation project titled “The Effect of Pricing Strategies on Consumer Purchasing Decisions in Libya” has been.

Project Committee	Signature	
	Accepted	Rejected
Dr. Sabri Elkrghli (supervisor)		
Dr. Mailoud Balal (Internal Examiner)		
Dr. Ali Dulimi (External Examiner)		



Dr. Sabri Elkrghli

Dean, Faculty of Business Administration
Libyan International Medical University



Abstract

This study examines the effect of pricing strategies on consumer purchasing decisions in Libya using quantitative research methodology. An online survey was published and 393 responses were received and analyzed using SPSS version 28. The following tests were applied: Cronbach's alpha reliability test, Binomial test, Mann-Whitney, Kruskal-Wallis tests, One-Sample T test, Independent Sample Test, and ANOVA test. As the normality test indicated, the data follows a non-parametric distribution in two dimensions ($\text{sig} < 0.05$) and a parametric distribution in one dimension ($\text{sig} > 0.05$). The results show that Libyan consumers comprehend the meaning and importance of price and that the pricing methods have had an impact on purchasing decisions. There are some limitations to this study: the vast majority of respondents were Libyans. Furthermore, there is a lack of previous studies in the context of pricing strategies and consumer purchasing decisions in Libya. The findings of this study are important for investors to determine the best price strategy and how to use it in the Libyan market. According to the recommendation, the different administrative levels should be involved in the pricing process because they deal with consumers and are aware of their needs and wants.

Key words: Pricing Strategies, Consumer, Purchasing Decisions, Libya

ملخص

تبحث هذه الدراسة في تأثير استراتيجيات التسعير على قرارات الشراء لدى المستهلك في ليبيا باستخدام منهجية البحث الكمي. تم نشر استطلاع عبر الإنترنت وتم تلقي 393 ردود وتحليلها باستخدام الحزمة الإحصائية SPSS الإصدار 28. وتم تطبيق الاختبارات التالية: اختبار موثوقية ألفا كرونباخ، اختبار ذو الحدين، اختبار مان ويتي، اختبار كروس كال واليس، اختبار العينة الواحدة T، اختبار العينة المستقلة، واختبار انوفا. كما أشار اختبار التوزيع الطبيعي إلى أن البيانات تتبع توزيعًا لا معلمي في بعدين ($sig < 0.05$) وتتبع توزيعًا معلمي في بُعد واحد ($sig > 0.05$). تظهر النتائج أن المستهلكين الليبيين يدركون معنى وأهمية السعر وأن طرق التسعير كان لها تأثير على قرارات الشراء. هناك بعض القيود على هذه الدراسة وهي أن الغالبية العظمى من المستجيبين كانوا من الليبيين. علاوة على ذلك، هناك نقص في الدراسات السابقة في سياق استراتيجيات التسعير وقرارات الشراء لدى المستهلك في ليبيا. نتائج هذه الدراسة مهمة للمستثمرين لتحديد أفضل استراتيجية سعرية وكيفية استخدامها في السوق الليبي، ومن التوصية يجب إشراك المستويات الإدارية المختلفة في عملية التسعير لأن هذه المستويات تتعامل مع المستهلكين وعلى دراية باحتياجاتهم ورغباتهم.

الكلمات المفتاحية: استراتيجيات التسعير، المستهلك، قرارات الشراء، ليبيا