

TABLE 4.16: EXTRINSIC PRODUCT ATTRIBUTES

Sociodemographic attributes	Extrinsic product attributes														
	Packaging (M=4.08)			Store Image (M=3.46)			Price (M=3.40)			Brand (M=3.14)			Label (M=2.82)		
Gender	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM
Male	168	3,86	0,07	170	3,59	0,07	170	3,51	0,06	173	3,34	0,07	168	3,05	0,07
Female	265	4,22	0,05	265	3,37	0,05	265	3,33	0,05	266	3,01	0,05	264	2,67	0,05
Total	433	4,04	0,06	435	3,48	0,06	435	3,42	0,06	439	3,17	0,06	432	2,86	0,06
P-value	0,17			0,02			0,86			0,12			0,04		
Age	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM
18-24 Gen Z	186	4,20	0,07	187	3,44	0,06	187	3,45	0,06	188	3,21	0,06	186	2,89	0,07
25-40 Millennials	153	3,94	0,08	152	3,46	0,07	153	3,40	0,07	154	3,16	0,07	153	2,83	0,08
41-56 Gen X	74	4,09	0,08	76	3,52	0,09	75	3,35	0,09	76	3,05	0,10	73	2,71	0,11
57-75 Boomers	21	3,98	0,17	21	3,31	0,17	21	3,12	0,18	22	2,72	0,16	21	2,47	0,20
Total	434	4,08	0,04	436	3,46	0,04	436	3,40	0,04	440	3,14	0,04	433	2,82	0,04
P-value	0,06			0,75			0,32			0,06			0,14		
Income	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM	N	M	SEM
<= 6000,00	106	4,12	0,09	108	3,75	0,07	107	3,62	0,07	109	3,41	0,08	107	3,15	0,08
6001,00 - 10000,00	25	3,90	0,21	25	3,54	0,15	25	3,55	0,17	25	3,39	0,19	25	3,16	0,15
10001,00 - 20000,00	51	4,16	0,12	52	3,45	0,12	51	3,64	0,09	52	3,18	0,11	50	2,79	0,14
20001,00 - 30000,00	48	4,00	0,11	47	3,26	0,11	48	3,39	0,12	48	3,03	0,14	48	2,67	0,15
30001,00 - 50000,00	90	4,17	0,10	89	3,31	0,08	90	3,20	0,09	90	2,99	0,09	90	2,65	0,10
50001,00 - 70833,33	39	4,00	0,14	39	3,26	0,12	39	3,22	0,10	40	3,01	0,11	39	2,75	0,10
Total	359	4,09	0,05	360	3,47	0,04	360	3,44	0,04	364	3,18	0,04	359	2,87	0,05
P-value	0,69			0,00			0,00			0,00			0,00		

M*=Mean maximum of 5; SEM= Standard error of the mean; p-values indicate significant differences ($p \leq 0,05$)