

The Influence of Consumer Characteristics on Insurance Product Purchase Decisions at Pan Pacific Insurance. PT – Medan

Faruq Syauqi Ismail¹, Najdi Nawri Sulaiman², Habli Ridho Febrian³, Alexander Stefanus Sinulingga⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Email: faruqsyaqi3@gmail.com; najdinawrisulaiman@gmail.com; habliridho123@gmail.com; linggaalexna@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen, baik faktor sosial maupun faktor pribadi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan. Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, dan status sosial menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk asuransi. Sementara itu, faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup juga berpengaruh terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen dalam memilih produk asuransi yang sesuai. Temuan penelitian ini dapat membantu PT Pan Pacific Insurance untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan penawaran produk asuransi mereka sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen yang beragam.

Keyword: Karakteristik Konsumen; Keputusan Pembelian; PT Pan Pacific Insurance

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of consumer characteristics on purchasing decisions for insurance products at PT Pan Pacific Insurance in Medan. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The data collection techniques used were in-depth interviews and observation. The research results show that consumer characteristics, both social and personal factors, have a significant influence on the decision to purchase insurance products at PT Pan Pacific Insurance in Medan. Social factors such as reference groups, family and social status are important considerations for consumers in choosing insurance products. Meanwhile, personal factors such as age, occupation, economic situation and lifestyle also influence consumer needs and preferences in choosing appropriate insurance products. The findings of this research can help PT Pan Pacific Insurance to develop more effective marketing strategies and adapt their insurance product offerings according to various consumer preferences and needs.

Keyword: Consumer Characteristics; Purchasing Decisions; PT Pan Pacific Insurance

Corresponding Author:

Faruq Syauqi Ismail,
Universitas Negeri Medan,
Jl. William Iskandar Ps. V, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei Tuan,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20221, Indonesia
Email: Faruqsyaqi3@gmail.com



1. INTRODUCTION

Industri asuransi memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia melalui berbagai kontribusi, seperti pendukung pengelolaan risiko, investor institusional, pembayaran klaim, menjaga stabilitas ekonomi, dan menyediakan skema investasi jangka panjang. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), industri asuransi di Indonesia menyumbang sekitar 3,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2021 (OJK, 2022). PT Pan Pacific Insurance, sebagai perusahaan asuransi lokal yang beroperasi di Medan, berkomitmen untuk memberikan perlindungan yang aman dan terpercaya kepada nasabahnya dengan

menawarkan berbagai produk asuransi, seperti asuransi kendaraan bermotor, asuransi kesehatan, asuransi rumah tangga, asuransi kendaraan laut, dan surety bond.

Berdasarkan dokumen laporan keuangan PT Pan Pacific Insurance per 31 Mei 2024, perusahaan menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik dalam beberapa aspek. Total aset perusahaan mengalami peningkatan signifikan dari Rp432,05 miliar pada Mei 2023 menjadi Rp563,86 miliar pada Mei 2024, atau tumbuh sekitar 30%. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan investasi dari Rp36,49 miliar menjadi Rp127,94 miliar. Pendapatan premi bruto perusahaan juga meningkat dari Rp55,88 miliar menjadi Rp58,54 miliar, dan pendapatan premi neto naik dari Rp51,56 miliar menjadi Rp53,60 miliar. Meskipun demikian, laba perusahaan mengalami penurunan yang cukup signifikan dari Rp3,31 miliar pada Mei 2023 menjadi Rp124 juta pada Mei 2024, disebabkan oleh peningkatan beban usaha yang lebih besar dibandingkan dengan peningkatan pendapatan. Namun, tingkat solvabilitas perusahaan tetap terjaga dengan baik, dengan rasio pencapaian solvabilitas sebesar 162,04%.

Dalam industri asuransi yang semakin kompetitif, memahami karakteristik konsumen menjadi sangat penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian produk asuransi. Inovasi produk, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Pane, 2024). Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) pada tahun 2020, 58% responden menyatakan bahwa faktor kepercayaan pada perusahaan asuransi menjadi pertimbangan utama dalam memilih produk asuransi (AAJI, 2020). Karakteristik konsumen, yang mencakup faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk asuransi. Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi pada perusahaan asuransi cenderung memilih produk yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka dan memiliki reputasi yang baik. Selain itu, kualitas layanan yang efektif, kenyamanan pelanggan, manfaat nyata, dan hubungan pelanggan-pelanggan yang sehat juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Oleh karena itu, perusahaan asuransi perlu memahami dan memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan. Dengan memahami karakteristik konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian, perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing dalam industri asuransi yang terus berkembang.

2. LITERATURE REVIEW

A. *Perilaku Konsumen*

Perilaku konsumen merupakan bidang kajian yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal.

B. *Karakteristik Konsumen*

Karakteristik konsumen mengacu pada berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018), karakteristik konsumen terdiri dari:

1. Faktor budaya: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial: kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial.
3. Faktor pribadi: usia, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian.
4. Faktor psikologis: motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap.

C. *Faktor Sosial*

Faktor sosial merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kelompok referensi, keluarga, dan status sosial seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

1. Kelompok referensi: Kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang (Kotler & Keller, 2016).
2. Keluarga: Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga dapat mempengaruhi perilaku pembelian (Kotler & Armstrong, 2018).
3. Status sosial: Posisi seseorang dalam masyarakat atau kelompok tertentu yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pekerjaan, kekayaan, dan pendidikan (Schiffman & Kanuk, 2010).

D. *Faktor Pribadi*

Faktor pribadi juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Usia, pekerjaan, situasi ekonomi, dan gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi kebutuhan dan preferensi mereka.

1. Usia: Kebutuhan dan preferensi konsumen dapat berbeda berdasarkan usia (Kotler & Armstrong, 2018).
2. Pekerjaan: Jenis pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi pola konsumsi mereka (Schiffman & Kanuk, 2010).
3. Situasi ekonomi: Pendapatan yang tersedia untuk dibelanjakan dan aset yang dimiliki dapat mempengaruhi perilaku pembelian (Kotler & Keller, 2016).
4. Gaya hidup: Pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya (Kotler & Armstrong, 2018).

E. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mengevaluasi dan memilih produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Schiffman & Kanuk, 2010). Proses ini melibatkan beberapa tahap, seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Armstrong, 2018).

Dengan memahami landasan teori ini, penelitian dapat menganalisis pengaruh faktor sosial dan pribadi sebagai bagian dari karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan.

3. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh karakteristik konsumen, terutama faktor sosial dan pribadi, terhadap keputusan pembelian produk asuransi secara mendalam dan menyeluruh.

Dalam penelitian kualitatif deskriptif ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interviews*) dan observasi. Kedua teknik ini dipilih untuk memperoleh data yang kaya dan mendalam terkait dengan pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan.

Wawancara Mendalam (*In-depth Interviews*): Wawancara mendalam akan dilakukan dengan konsumen PT Pan Pacific Insurance di Medan yang telah membeli produk asuransi dari perusahaan tersebut dalam beberapa tahun terakhir. Wawancara ini bertujuan untuk mengeksplorasi perspektif, motivasi, dan pertimbangan konsumen dalam memilih produk asuransi secara mendalam.

Proses wawancara akan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur yang berisi pertanyaan-pertanyaan terbuka dan fleksibel. Pedoman wawancara ini akan membantu memastikan bahwa topik-topik penting terkait dengan penelitian dibahas, namun juga memungkinkan adanya pertanyaan lanjutan dan eksplorasi lebih dalam berdasarkan respon partisipan.

Wawancara akan dilakukan secara tatap muka atau melalui telepon/video call, tergantung pada preferensi dan kesediaan partisipan. Setiap wawancara diperkirakan akan berlangsung selama 60-90 menit dan akan direkam dengan izin dari partisipan. Rekaman ini akan ditranskripsikan secara verbatim untuk memfasilitasi analisis data. Observasi akan dilakukan untuk mengamati perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk asuransi di PT Pan Pacific Insurance di Medan. Observasi akan dilakukan di kantor cabang atau lokasi penjualan produk asuransi perusahaan tersebut.

Selama observasi, peneliti akan mengamati interaksi antara konsumen dan staf perusahaan, proses konsultasi dan penjelasan produk, serta perilaku konsumen dalam mempertimbangkan dan memilih produk asuransi. Peneliti akan membuat catatan lapangan terperinci tentang perilaku, percakapan, dan interaksi yang diamati.

Observasi akan dilakukan secara terbuka, di mana peneliti akan menjelaskan tujuan kehadirannya kepada staf perusahaan dan konsumen yang bersedia untuk diobservasi. Observasi ini akan membantu peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang konteks dan dinamika pengambilan keputusan pembelian produk asuransi.

Baik wawancara mendalam maupun observasi akan dilakukan hingga tercapai titik jenuh data (*data saturation*), yaitu ketika tidak ada informasi baru yang diperoleh dan terjadi pengulangan informasi dari partisipan. Selama proses pengumpulan data, peneliti akan memperhatikan aspek-aspek etika penelitian, seperti kerahasiaan informasi partisipan, persetujuan untuk berpartisipasi (*informed consent*), dan menghindari bahaya atau risiko bagi partisipan. Peneliti juga akan menggunakan teknik-teknik seperti *member checking* dan triangulasi data untuk meningkatkan kredibilitas dan keabsahan temuan penelitian.

Setelah data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini akan mengikuti pendekatan analisis tematik (*thematic analysis*) yang diusulkan oleh Braun dan Clarke (2006). Pendekatan ini melibatkan enam fase analisis, yaitu:

1. Membiasakan diri dengan data:
Pada fase ini, peneliti akan membaca dan mengeksplorasi keseluruhan data yang dikumpulkan, seperti transkrip wawancara dan catatan observasi, untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang isi dan makna data.
2. Membuat kode awal:
Setelah membiasakan diri dengan data, peneliti akan mulai mengidentifikasi dan membuat kode-kode awal secara sistematis untuk menandai segmen-segmen data yang relevan dengan pertanyaan penelitian. Proses pengkodean ini akan dilakukan secara manual atau menggunakan perangkat lunak analisis data kualitatif.
3. Mencari tema-tema:
Pada fase ini, peneliti akan menganalisis kode-kode yang telah dibuat dan mencari pola-pola atau tema-tema yang muncul dari data. Tema-tema yang teridentifikasi akan dikelompokkan dan dihubungkan untuk membentuk tema-tema utama dan sub-tema.
4. Meninjau tema-tema:
Peneliti akan meninjau dan memeriksa kembali tema-tema yang telah diidentifikasi untuk memastikan bahwa tema-tema tersebut valid dan konsisten dengan data yang dikumpulkan. Pada fase ini, tema-tema dapat dimodifikasi, digabungkan, atau dipisahkan sesuai kebutuhan.
5. Mendefinisikan dan memberi nama pada tema-tema:
Setelah tema-tema difinalisasi, peneliti akan mendefinisikan dan memberi nama pada masing-masing tema secara jelas dan informatif. Definisi tema akan mencakup esensi dari setiap tema dan penjelasan tentang hubungannya dengan pertanyaan penelitian.
6. Menyusun laporan:
Pada fase terakhir, peneliti akan menyusun laporan analisis dengan menggabungkan tema-tema yang telah diidentifikasi, kutipan-kutipan data yang mendukung, dan interpretasi dalam bentuk narasi yang koheren dan terstruktur. Laporan ini akan menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif.
Selama proses analisis data, peneliti akan memperhatikan aspek-aspek seperti triangulasi data, member checking, dan audit trail untuk meningkatkan kredibilitas dan keabsahan temuan penelitian. Triangulasi data melibatkan penggunaan berbagai sumber data untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Member checking dilakukan dengan mengonfirmasi temuan penelitian kepada partisipan untuk memastikan akurasi interpretasi. Sementara audit trail melibatkan dokumentasi yang jelas dan terperinci dari semua langkah dan keputusan yang diambil selama proses penelitian.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil respons dari 70 orang responden, diperoleh beberapa temuan penting terkait pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan:

- A. Faktor Sosial:
 - 1) Sebanyak 38,6% responden menyatakan bahwa kelompok referensi (teman, rekan kerja, komunitas) berpengaruh dalam memilih produk asuransi.
 - 2) 37,1% responden mengaku bahwa keluarga (pasangan, orang tua, anak) mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk asuransi.
 - 3) 41,4% responden menyebutkan bahwa status sosial (pendapatan, pekerjaan, pendidikan) mempengaruhi pemilihan produk asuransi mereka.
- B. Faktor Pribadi:
 - 1) 40% responden menyatakan bahwa usia memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk asuransi.
 - 2) 37,1% responden mengaku bahwa jenis pekerjaan mereka memengaruhi pemilihan produk asuransi.
 - 3) 42,9% responden menyebutkan bahwa situasi ekonomi (pendapatan, kekayaan) mempengaruhi keputusan pembelian produk asuransi.
 - 4) 38,6% responden mengungkapkan bahwa gaya hidup (aktivitas, minat, opini) memengaruhi pemilihan produk asuransi mereka.
- C. Keputusan Pembelian:
 - 1) 78,6% responden memilih produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
 - 2) 41,4% responden memperhatikan manfaat dan kualitas produk dalam memutuskan pembelian asuransi.
- D. Alasan Utama Memilih PT Pan Pacific Insurance:
 - 1) 37,1% responden memilih perusahaan tersebut karena reputasinya.

- 2) 25,7% responden memilih karena kualitas produk yang ditawarkan.
- 3) 20% responden memilih karena harga produk asuransi yang terjangkau.
- 4) 11,4% responden memilih karena layanan pelanggan yang baik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa karakteristik konsumen, baik faktor sosial maupun faktor pribadi, memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi pada PT Pan Pacific Insurance di Medan. Namun, pengaruh masing-masing faktor bervariasi di antara responden.

Dari faktor sosial, status sosial (pendapatan, pekerjaan, pendidikan) menjadi faktor yang paling berpengaruh, diikuti oleh kelompok referensi dan keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung mempertimbangkan pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan mereka dalam memilih produk asuransi yang sesuai. Selain itu, saran dan rekomendasi dari kelompok referensi seperti teman, rekan kerja, dan komunitas juga memengaruhi keputusan pembelian mereka. Keluarga juga memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk asuransi.

Dari faktor pribadi, situasi ekonomi (pendapatan, kekayaan) menjadi faktor yang paling berpengaruh, diikuti oleh usia, gaya hidup, dan jenis pekerjaan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen mempertimbangkan kemampuan finansial mereka dalam membeli produk asuransi. Selain itu, usia dan gaya hidup juga memengaruhi kebutuhan dan preferensi mereka terhadap produk asuransi tertentu. Jenis pekerjaan juga menjadi pertimbangan dalam memilih produk asuransi yang sesuai dengan risiko dan kebutuhan yang terkait dengan pekerjaan mereka.

Meskipun karakteristik konsumen memiliki pengaruh yang signifikan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa faktor lain seperti reputasi perusahaan, kualitas produk, harga terjangkau, dan layanan pelanggan juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk asuransi dari PT Pan Pacific Insurance di Medan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, harga yang kompetitif, serta layanan pelanggan yang baik untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas mereka.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa karakteristik konsumen, termasuk faktor sosial dan pribadi, dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu yang telah disebutkan dalam tinjauan pustaka, di mana faktor-faktor seperti kelompok referensi, keluarga, usia, pendapatan, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi.

Dengan memahami pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk asuransi, PT Pan Pacific Insurance dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan penawaran produk serta layanan mereka sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen yang beragam. Perusahaan dapat menargetkan segmen pasar yang spesifik berdasarkan karakteristik tertentu, menyesuaikan komunikasi pemasaran, dan menawarkan produk yang disesuaikan dengan faktor-faktor seperti usia, pendapatan, dan gaya hidup konsumen.

5. CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan atmosfer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Cassivera Restaurant Medan. Kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, dan kemampuan dalam mengatasi masalah, memberikan kontribusi besar terhadap persepsi positif konsumen. Selain itu, atmosfer yang nyaman dan menyenangkan, yang ditandai dengan desain interior yang menarik, pencahayaan yang tepat, dan musik yang rileks, juga berperan penting dalam menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan.

Berdasarkan temuan penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan kepada manajemen Cassivera Restaurant Medan untuk Meningkatkan Pelatihan Karyawan, Mengembangkan Program Loyalitas Pelanggan, Melakukan Evaluasi Berkala terhadap Atmosfer Restoran dan Mengumpulkan Masukan dari Konsumen.

REFERENCES

- Agung, A., & Handayani, N. (2021). Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap moneter terhadap asuransi, dan keputusan pembelian asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 19-46.
- Ardana, A., & Yuniarti, T. (2020). Analisis pengaruh personal selling, kualitas pelayanan, dan periklanan terhadap keputusan pembelian asuransi pada PT Asuransi Jiwa Indonesia Cabang Utama Medan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 17(2), 223-234.
- Artanti, B. N., & Yessy. (2016). Pengaruh penjualan pribadi dan citra merek terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa Prestigio. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 17(1), 262-271.
- Asmara, A. R., & Sari, I. N. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian asuransi syariah pada generasi milenial di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Islam*, 6(2), 223-234.

- Basri, A., & Dwiyanto, T. (2017). Pengaruh faktor-faktor demografis, pengetahuan asuransi, dan sikap terhadap risiko terhadap minat beli asuransi jiwa pada PT Asuransi Jiwa Indonesia Cabang Utama Medan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*, 14(2), 261-272.
- Krisanti, H. (2018). Pengetahuan keuangan, sikap moneter terhadap asuransi dan pengaruhnya terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi. (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).
- Pane, S. A., Syahreza, D. S. ., Yumni, R. ., Simanjuntak, S. ., Marpaung, J. ., & Prabowo, S. W. . (2024). Analysis of the Influence of Product Innovation, Product Price, and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions for Medan Pancing Mie Gacoan. *Economic: Journal Economic and Business*, 3(3), 135–145.