

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyyunanda, D. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Country Of Origin Dan Self Congruity Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi* [Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/8321/>
- Abosag, I., & Farah, M. F. (2014). The influence of religiously motivated consumer boycotts on brand image, loyalty and product judgment. *European Journal of Marketing*, 48(11–12), Article 11–12. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2013-0737>
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208.
- Afifah, M. N., Sutopo, H., & Albab, U. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel Di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 426–434.
- Anisah, S. (2015). Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 22(2), 17.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47.
- Babulu, N. L. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi akuntabilitas dalam pengelolaan dana desa dan dampaknya terhadap pencegahan fraud. *Ekopem: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 18–26.
- BPS, B. P. S. P. J. (2024). *Jumlah Penduduk dan Agama Yang Dianut—Tabel Statistik*. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MzM1IzI=/jumlah-penduduk-dan-agama-yang-dianut.html>
- Calderon, R. E. (1986). Politcally Motivated Boycotts with Commerical Benefits: A Consolidated Rule of Reason Judicial Standard. *NYU Rev. L. & Soc. Change*, 14, 873.

- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding. *Depok: Depok Rajawali Pers*.
- Chin, W. W. (1995). Partial least squares is to LISREL as principal components analysis is to common factor analysis. *Technology studies*, 2(2), 315–319.
- Della Amalia, S., Ratih, A., Emalia, Z., & Usman, M. (2024). Perbedaan Pola Konsumsi Pangan Dan Non Pangan Masyarakat Penerima Program Keluarga Harapan Dan Efektivitas Program Keluarga Harapan (Studi Kasus: Di Kelurahan Panjang Utara, Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 745–756.
- Fadilah, N. (2020). Teori Konsumsi, Produksi dan Distribusi dalam Pandangan Ekonomi Syariah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(4), 17–39.
- Fakriza, R., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.24815/jimen.v4i1.9068>
- Fallahnda, B. (2024, Juni 5). *Update List Boikot Brand Pro Israel dari BDS Indonesia*. *tirto.id*. <https://tirto.id/update-list-boikot-brand-pro-israel-dari-bds-indonesia-gZjy>
- Friedman, M. (1985). Consumer Boycotts in the United States, 1970–1980: Contemporary Events in Historical Perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 19(1), 96–117. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1985.tb00346.x>
- Furqon, I. K. (2018). Teori konsumsi dalam islam. *Adzkiya: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://e-journal.metrouniv.ac.id/adzkiya/article/view/1169>
- Garner, B. A. (2009). *Black's Law Dictionary, ninth edition*. New York, NY: Thomas Reuters Westlaw.
- Ghadani, A., Muhar, A. M., & Sari, A. I. (2022). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian di shopee dengan mediasi brand awareness. *Insight Management Journal*, 2(3), 110–118.

- Habibi, M. (2022). Teori Konsumsi, Produksi Dan Distribusi Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 88–104.
- Hasanah, N. A. (2023). *Peran Indonesia Pada Konflik Palestina-Israel: Sejarah, Kebijakan, dan Dampaknya*. kumparan. <https://kumparan.com/nur-aulyatun-hasanah/peran-indonesia-pada-konflik-palestina-israel-sejarah-kebijakan-dan-dampaknya-21WjgTw8CUV>
- Hastuti, I. W. U. I. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Mi Instan pada Mahasiswa. *Gema*, 27(49), 1491–1496.
- Herawati, H., & Putra, A. S. (2023). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian Azarine Cosmetic. *Journal on Education*, 5(2), 4170–4178.
- Hino, H. (2023). More than just empathy: The influence of moral emotions on boycott participation regarding products sourced from politically contentious regions. *International Business Review*, 32(1), 102034. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.102034>
- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Aurelia, A. N., & Maesaroh, S. S. (2024). Dampak Gerakan Boikot Pada Produk McDonald's Indonesia Melalui Analisis Citra Merek, Loyalitas Konsumen, dan Minat Beli. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 19150–19163.
- Indiani, N. L., Sudiartini, N. W. A., & Utami, N. K. A. T. (2022). Pengaruh Brand Image, Awareness Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Produk Dupa Harum Grosir. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 152–163.
- Irawan, R., & Mangruwa, R. D. (2024). Pengaruh Promosi Instagram dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Dengan Brand Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Media Sosial Instagram. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10664–10678.
- Jatmiko, A. (2023, November 15). *Daftar Produk Pro Israel yang Diboikot BDS Indonesia dan Fatwa MUI - Industri* Katadata.co.id.

<https://katadata.co.id/berita/industri/655494251ace6/daftar-produk-pro-israel-yang-diboikot-bds-indonesia-dan-fatwa-mui>

- Jogiyanto Hartono, M. (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
[https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ATgEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=jogiyanto.+\(2018\).+metoda+pengumpulan+dan+teknik+analisis+data.+yogyakarta:Andi&ots=zjY91h80Rg&sig=MGcqYHdBIRpD_pb-oDikU84E63I](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=ATgEEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA6&dq=jogiyanto.+(2018).+metoda+pengumpulan+dan+teknik+analisis+data.+yogyakarta:Andi&ots=zjY91h80Rg&sig=MGcqYHdBIRpD_pb-oDikU84E63I)
- John, A., & Klein, J. (2003). The Boycott Puzzle: Consumer Motivations for Purchase Sacrifice. *Management Science*, 49(9), 1196–1209.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.49.9.1196.16569>
- Josiassen, A., Lang, E., Nørfelt, A., Kock, F., & Assaf, A. G. (2024). Investigating place solidarity and consumer boycotting in threatening times: A study on the Ukraine-Russia conflict. *Journal of Business Research*, 182, 114796.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114796>
- Juliansyah Noor, S. E. (2016). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Prenada Media.
- Khoiriyah Indra Cahyani & Rr Endang Sutrasmawati. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
<https://journal.unnes.ac.id/sju/maj/article/view/8350>
- Kim, C., Kim, W. B., Lee, S. H., Baek, E., Yan, X., Yeon, J., Yoo, Y., & Kang, S. (2024). Relations among consumer boycotts, country affinity, and global brands: The moderating effect of subjective norms. *Asia Pacific Management Review*. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2024.11.005>
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why We Boycott: Consumer Motivations for Boycott Participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92–109.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.92.34770>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing. 16th edition / Philip Kotler; Gary Armstrong*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen pemasaran, edisi 13. Jakarta: Erlangga, 14, 178–179.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/089856293000000020>
- Kurniawan, R. S., Juhari, J., Zufriady, Z., & Holanda, S. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 306–329.
- Kustianti, D. D. N. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian ulang kartu seluler telkomsel. *Psikoborneo*, 7(1), 83–92.
- Maftukhah, M., & Damayanti, R. W. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever: Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy dari Brand Unilever di Indonesia. *EBISMAN: eBisnis Manajemen*, 2(3), 67–79.
- Maharani, R. A., & Achmad, N. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 7(1), 1037–1052.
- Munadiyan, A. E. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Terhadap Asosiasi Merek Yang Mendukung Israel Dan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Perusahaan di Indonesia. *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v6i2.724>
- Musay, F. P. (2013). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Noeraini, I. A., & Sugiyono, S. (2016). Pengaruh tingkat kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan JNE Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/687/698>
- Prasasti, T. E., & Ramadhika, A. (2024). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Mcdonald's (Studi Kasus

- Pada Mahasiswa Kota Bandung Di Masa Boikot). *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 1(7), 1393–1401.
- Prasetyaningrum, G., Nurmayanti, F., & Azahra, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 520–529. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1115>
- Pratiwi, S. I. (2024). *Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Brand Commitment, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Kasus Isu Boikot Produk Pro Israel di Kota Madiun)* [PhD Thesis, Universitas PGRI Madiun]. <http://eprint.unipma.ac.id/id/eprint/2177>
- Putra, E. P. (2024, Juli 3). *Boikot Pukul Produk Terafiliasi Israel, Brand Nasional Terangkat*. Republika Online. <https://republika.co.id/share/sfzxx7484>
- Putri Melinda, P. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Ceriamart (Studi Kasus Ceriamart Semper Timur)* [PhD Thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta]. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/1402>
- Rahma, D. S. (2024). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Di Tengah Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Konsumen Aqua Di UIN RIL)* [PhD Thesis, UIN Raden Intan Lampung]. <https://repository.radenintan.ac.id/35330/>
- Rahmasari, A., & Nisa, F. L. (2024). Analisis Pasar Mengenai Kehalalan Dan Isu Boikot Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 289–294.
- Rahmawati, R. (2024). *Pengaruh Label Halal, Brand Image, Aksi Boikot terhadap Loyalitas Konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) di Kota Bandung melalui Keputusan Pembelian sebagai variabel Intervening* [PhD Thesis, UIN Sunan Gunung Djati Bandung]. <https://digilib.uinsgd.ac.id/99666/>

- RIMA, S. F. (2022). *Pengaruh Harga Beras Dalam Negeri Dan Tingkat Konsumsi Masyarakat Terhadap Impor Beras Di Indonesia Tahun 2010-2019 Dalam Perspektif Ekonomi Islam* [Phd Thesis, Uin Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/17864/>
- Rohaya, R., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Unimed. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(03), Article 03. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36882>
- Salam, S., & Aripin, J. (2006). Metodologi penelitian sosial. *LP UIN Jakarta*.
- Salwa, D. K. (2019). Teori konsumsi dalam ekonomi islam dan implementasinya. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(02), 172–189.
- Sari, S. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Reputasi Merek Dan Harga Terhadap Minat Konsumen (Studi Pada Lembaga Kursus Lbpp-Lia Bandar Lampung)*. <http://digilib.unila.ac.id/25902/>
- Sharoni, S., Abdulhadi, R., Al-Ali, N., Eaves, F., Lentin, R., & Siddiqi, D. (2015). Transnational Feminist Solidarity in Times of Crisis: The Boycott, Divestment And Sanctions (Bds) Movement And Justice In/For Palestine. *International Feminist Journal of Politics*, 17(4), 654–670. <https://doi.org/10.1080/14616742.2015.1088226>
- SISKA, F.-S. (2022). *ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN TALIBAN DI MEDIA ONLINE KOMPAS, COM DAN REPUBLIKA. CO. ID TAHUN 2021* [PhD Thesis, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri].
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., & Susanto, P. C. (2022). *Book Of Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Siwu, T. N., Worang, F. G., & Walangitan, M. B. (2023). Analisis Pekaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Negara Asal (Country Of Origin) Terhadap Sikap Konsumen Dalam Memilih Produk Handphone (Studi Kasus Pada Pengunjung Tempat Kebugaran Flex Gym, Kota Bitung). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 809–816.

- Sucidha, I. (2024). Pengaruh Kampanye Boikot Produk Kecantikan Terhadap Brand Loyalty dan Brand Image: Studi Pada Konsumen Milenial. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5693–5705.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran strategik mengupas pemasaran strategik branding strategy customer satisfication strategi kompetitif hingga e-marketing—2017*. ANDI.
- Utami, I. W. (2017). Perilaku konsumen. Surakarta: CV Pustaka Bengawan.
- Utomo, S. B., Utami, E. Y., & Ardhiyansyah, A. (2023). Pengaruh Brand Activism, Persepsi Konsumen Terhadap Loyalitas Merek: Analisis dalam Konteks Industri Fast Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(2), 01–10.
- Wisnu, A. Y. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Freight Forwarding (Studi Pada PT Gateway Container Line Semarang). *SKRIPSI*. <http://repository.unimar-amni.ac.id/id/eprint/3988>