

DAFTAR PUSTAKA

- Ackermann, K., & Gundelach, B. (2022). Psychological roots of political consumerism: Personality traits and participation in boycott and buycott. *International Political Science Review*, 43(1), 36–54. <https://doi.org/10.1177/0192512120959683>
- Afifah, M. N., Abizar, A., 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), 426–435. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1918>
- Agung Widhi Kurniawan, Z. P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Ali, B. J. (2021). Impact of consumer animosity, boycott participation, boycott motivation, and product judgment on purchase readiness or aversion of Kurdish consumers in Iraq. *Journal of Consumer Affairs*, 55(2), 504–523. <https://doi.org/10.1111/joca.12350>
- Amarudin, A. A., Ananta, N. R., Khusna, N. N., Berliani, R. J., & Oktaviah, S. (2024). Analisis Literasi Halal Dan Preferensi Produk Yang Diboikot Pada Mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 210–222. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Populer/article/view/1948>
- Andre Danio Hasiholan Silalahi. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Furendori Betta Jakarta Selatan). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 10(2), 1–18.
- Chuweni, N. N., Saraf, M. H. M., Fauzi, N. S., & Kasim, A. C. (2022). Factors Determining the Purchase Decision of Green Residential Properties in Malaysia. *Planning Malaysia*, 20(2), 272–282. <https://doi.org/10.21837/pm.v20i21.1111>
- Du, H. S., Xu, J., Tang, H., & Jiang, R. (2022). Repurchase Intention in Online Knowledge Service: The Brand Awareness Perspective. *Journal of Computer Information Systems*, 62(1), 174–185. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1759159>
- Faradhilla, N. A. (2021). Pengaruh Merek, Harga, Kualitas Produk dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening. In *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam* (Vol. 5, Issue 2).
- Hameed, F., Malik, I. A., Hadi, N. U., & Raza, M. A. (2023). Brand awareness and purchase intention in the age of digital communication: A moderated mediation model of celebrity endorsement and consumer attitude. *Online*

- Journal of Communication and Media Technologies*, 13(2).
<https://doi.org/10.30935/ojcmt/12876>
- Hantika, S., Farida, N., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Pembelian Ulang (Studi pada Konsumen Produk Merek Wardah di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 175–183.
<https://doi.org/10.14710/jiab.2023.37268>
- Hapsari, A., & Sukardani, P. S. (2025). Pengaruh Terpaan Informasi Gerakan Boikot Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Produk Mcdonald'S Di Surabaya. *The Commecium*, 9(2), 114–129.
<https://doi.org/10.26740/tc.v9i2.66607>
- Herdiansyah, H., Safitri, S. S., Handayani, L. A., Wibowo, E. N. E., & Jatmiko, M. A. (2024). Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 4(1), 58–71. <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson. https://books.google.co.id/books?id=_-2hDwAAQBAJ
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson. <https://books.google.co.id/books?id=UbfwtwEACAAJ>
- Makrufah, A., & Fahrurrozi. (2024). Perlawanan Terhadap Genosida: Analisis Dampak Fatwa MUI Tentang Boikot Perusahaan Terafiliasi Israel Article history. *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 24(2), 224–237.
- Maulana, A. P. N., Safaatillah, N., Uzlifatul, L., & Sustyorini, E. N. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Customer Produk Pro Israel. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 17(3), 1175–1186.
<https://doi.org/10.35508/jom.v17i3.15086>
- Ningsih, T. W. R., & Haryanti, D. A. (2021). Analisis Framing Media Online Dalam Pemberitaan Mui Boikot Produk Perancis Pada Berita Detik.Com Dan Cnnindonesia.Com. *BroadComm*, 3(2), 1–14.
<https://doi.org/10.53856/bcomm.v3i2.222>
- Palacios-Florencio, B., Revilla-Camacho, M. Á., Garzón, D., & Prado-Román, C. (2021). Explaining the boycott behavior: A conceptual model proposal and validation. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1313–1325.
<https://doi.org/10.1002/cb.1937>
- Paramita, R. W. D. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, Edisi 1*. STIE Widya Gama Lumajang.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

- Prof. Dr. Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Prof. H. Imam Ghozali, M.Com, Ph.D, CA, A. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Universitas Diponegoro.
- Purba, C. W., & Heryenzus, H. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Di Shopee Pada Karyawan Di Kota Batam. *Jesya*, 6(1), 316–327. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.879>
- Putri, F. A. P., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-service quality dan e-wom terhadap keputusan pembelian kosmetik di aplikasi soco. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 449–460.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Konsumen Shopee Di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 10 No(2), 629–636.
- Rahman, M. S., Hossain, M. A., Hoque, M. T., Rushan, M. R. I., & Rahman, M. I. (2021). Millennials' purchasing behavior toward fashion clothing brands: influence of brand awareness and brand schematicity. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 25(1), 153–183. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2019-0137>
- Riny Susanti, T. A. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Batam Bangun Prahtama. *Jurnal Ekuivalensi*, Vol.8 No.1. <https://www.kajianpustaka.com/2016/05/pengertian-dan-manfaat-kepercayaan-trust.html>
- Rohaya, Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). *Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada*. 13(03), 1036–1050.
- Sahir, S.H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sanusi, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Selly, & Rustam, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Oleh Mahasiswa Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(1), 1–8. pb180910087@upbatam.ac.id
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infotech*, 4(2), 141. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infotech>
- Sormin, S. K., & Malik, F. D. M. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3114–3120.

<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12443>

- Supiyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas yang Dirasakan, dan Loyalitas Merek Shopee terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *CommIT Journal*, 16(1), 9–18.
- Syafrida Hafni Sahr. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Trifena Revangelista Mambu, Johny R. E. Tampi, D. D. S. M. (2021). Peran Maskot Untuk Memperkuat Identitas Visual Brand. *Productivity*, 2 no.1.
- Wangdra, Y., Realize, & Sumanti, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Di Portal Belanja E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 475–486.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Zulva, A. F., & Ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Inovasi Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Persaingan Perusahaan. *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i1.241>