

DAFTAR PUSTAKA

- A, A. O., Putri, A. I., Matthew, K., & Universitas, H. (2023). 23-Moderasi-0101-464 (1). 2023, 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Diesy Fitriani, P., Taufik Darmansyah, T., & Mehta Setiadi, R. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 35–48. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/14937>
- Agustina, L. (2020). Viralitas Konten Di Media Sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160. <https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Alakent, B. (2023). Global boycotts of Israeli goods spark halal product demand. *Daily Sabah*.
- Amin Awal Amarudin, Novi Ria Ananta, Nurun Nisaul Khusna, Regita Juninda Berliani, & Sri Oktavianah. (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://doi.org/10.58192/populer.v3i1.1948>
- APJII. (2023). Survei Internet. *Statistik Daerah Kecamatan Kartasura Tahun*, II(1), 17–18.
- Astri, N. K. D., Wiarta, I. W., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). Pengembangan Multimedia Interaktif Berbasis Pendekatan Kontekstual Pada Mata Pelajaran Matematika Pokok Bahasan Bangun Datar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(3), 575–585.
- Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 614.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Bankert, A., Powers, R., & Sheagley, G. (2023). Trade politics at the checkout lane: ethnocentrism and consumer preferences. *Political Science Research and Methods*, 11(3), 605–612. <https://doi.org/10.1017/psrm.2022.40>

- Becker, G. (1976). *The Economic Approach to Human Behavior*.
- Briliana, V., Deitiana, T., & Mursito, N. (2020). Peran Keterlibatan Hijabers Di Media Sosial Terhadap Perilaku Belanja Online Busana Muslim. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 194. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i1.7769>
- Chin, W. W., Marcolin, B. L., & Newsted, P. R. (2003). A Partial Least Squares Latent Variable Modeling Approach for Measuring Interaction Effects: Results from a Monte Carlo Simulation Study and an Electronic-Mail Emotion/Adoption Study. *Information Systems Research*, 14(2), 189–217.
- Chindagafika, A. N., & Febrianti, G. N. (2024). *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis BOYCOTT EFFECTIVENESS : THE DYNAMICS OF CONSUMER*. 3(1), 34–44.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associate.
- DAM, T. C. (2020). Influence of Brand Trust, Perceived Value on Brand Preference and Purchase Intention. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 939–947. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.939>
- Euis Widanengsih, & Yusuf. (2022). Penerapan Model Teknologi Acceptance Model Untuk Mengukur Adopsi Penggunaan Aplikasi Pembukuan Akuntansi Dan Keuangan Rumah Tangga. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 86–95. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.212>
- Fernandes, D. (2020). Politics at the Mall: The Moral Foundations of Boycotts. *Journal of Public Policy and Marketing*, 39(4), 494–513. <https://doi.org/10.1177/0743915620943178>
- Fini Fitriya Handayani, & Suryari Purnama. (2023). The Influence of Product Quality and Electronic Word of Mouth on Purchasing Decisions at Dessert Box Bittersweet by Najla. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 2(4), 871–886. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v2i4.3752>
- Ghozali. (2014). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 22.0 Update Bayesian SEM*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2021). *Multivariate Data Analysis*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam. *An Nawawi*, 3(1), 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>
- Iif Ahmad Syarif, Edy Utomo, & Eko Prihartanto. (2021). Identifikasi Potensi Pengembangan Wilayah Pesisir Kelurahan Karang Anyar Pantai Kota Tarakan. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 225–232. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalaindonesia.v1i3.604>
- Ilieva, G., Yankova, T., Ruseva, M., Dzhabarova, Y., Klisarova-Belcheva, S., & Bratkov, M. (2024). Social Media Influencers: Customer Attitudes and Impact on Purchase Behaviour. *Information (Switzerland)*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/info15060359>
- Ilmi, M., & Zulkarnain, C. A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Pt Garuda Indonesia (Persero) Tbk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 66–73. <https://doi.org/XX..XXXXX/Jimea>
- Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim. (2021). Menghadapi Era Baru : Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 1–18.
- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2312–2327. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12162>
- Judijanto, L., Maulinda, R., Zulaika, S., Tjahyadi, I., & Suroso, S. (2023). Pengaruh Sumber Informasi dan Interaksi Sosial di Media Sosial terhadap Pembentukan Opini

- Politik Masyarakat di Indonesia. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(01), 21–31. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i01.303>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Komarek, A. M., Dunston, S., Enahoro, D., Godfray, H. C. J., Herrero, M., Mason-D’Croz, D., Rich, K. M., Scarborough, P., Springmann, M., Sulser, T. B., Wiebe, K., & Willenbockel, D. (2021). Income, consumer preferences, and the future of livestock-derived food demand. *Global Environmental Change*, 70(February), 102343. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102343>
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*.
- Kurniawan, K. N. (2023). Menelusuri Makna Kemanusiaan melalui Konsep Uti dan Frui Menurut Pemikiran Agustinus. *Societas Dei: Jurnal Agama Dan Masyarakat*, 10(1), 5–22. <https://doi.org/10.33550/sd.v10i1.360>
- Kurniawan, R. S., Holanda, S., Manajemen, M., Pertiba, U., Negatif, K., & Lokal, P. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal. *Valuasi, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 306–329.
- Liko, M. M. S., Yudha, Pratama, I. G., & Putra, I. K. A. M. (2023). Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pemanfaatan Bus Trans Metro Dewata. *Selaras Rupa*, 4(2), 48–56. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa/article/view/768>
- Maftukhah, M., & Wahyuning, D. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever (Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy dari Brand Unilever di Indonesia). *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 67–79.
- Marbun, D. A., Sinaga, E. I., Sianturi, F. R., Zulkarnain, T. F. M., Hazira, R., Sarita, N., & Putri, N. D. Y. (2024). Pengaruh Boikot Besar-besaran Produk Amerika terhadap Peningkatan Jumlah Pengangguran di Indonesia. *Polyscopia*, 1(3), 127–130. <https://doi.org/10.57251/polyscopia.v1i3.1346>
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*.
- Maslow, A. (1943). *A Theory of Human Motivation*.

- Mofferz, M. W. (2020). Meretas Makna Post-Truth: Analisis Kontekstual Hoaks, Emosi Sosial dan Populisme Agama. *Societas Dei: Jurnal Agama Dan Masyarakat*, 7(1), 3. <https://doi.org/10.33550/sd.v7i1.141>
- Mubarak, M. N., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Social Media. *Edunomika*, 8(1), 1–15.
- Muttaqin, F. N., Noviani, L., & Sudarno, S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 10(3), 237–246. <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>
- Naningsih, N., Alam, S., & Daing, A. (2024). Kelas Sosial Dan Pengetahuan Mahasiswa Berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli Produk Boikot Pro Israil Melalui Perilaku Konsumen. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 6(2).
- Prasasti, T. E., & Ramadhika, A. (2024). ... Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Mcdonald'S (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung Di Masa Boikot). *Prosiding ...*, 6681(7), 1393–1401. <https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/view/670%0Ahttps://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/download/670/640>
- Pratama Atmajaya, A. (2021). Penerapan Diskon Melalui Pembayaran Gopay ditinjau dari Etika Bisnis Islam: Studi kasus Seblak Indoleta Tejo Agung Metro Timur Lampung. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2021). The impact of digital social responsibility on preference and purchase intentions: The implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010024>
- Purwanza, S. W., Aditya, W., Ainul, M., Yuniarti, R. R., Adrianus, K. H., Jan, S., Darwin, Atik, B., Siskha, P. S., Maya, F., Rambu, L. K. R. N., Amruddin, Gazi, S., Tati, H., Sentalia, B. T., Rento, D. P., & Rasinus. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi. In *Media Sains Indonesia (Issue March)*.
- Rachman, A. (2023). Bos Ritel: Efek Boikot Israel, Ekonomi RI Tumbuh di Bawah 5%.

- CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231130082223-4-493221/bos-ritel-efek-boikot-israel-ekonomi-ri-tumbuh-di-bawah-5>
- Rahmawati, O. D., Fitria, N., & Mujab, S. (2023). Strategi Manajemen Isu Dan Komunikasi Krisis Mcdonald'S Indonesia Yang Terkena Imbas Informasi Hoaks Fatwa Mui Terkait Haramnya Membeli Produk Israel. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2985(6), 221–226. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>
- Rayyana, L. N. (2024). Analisis Sentimen Negatif Terhadap Brand Starbucks Akibat Pemboikotan Melalui Media Sosial X (Periode 14 Februari – 15 Maret 2024). *Innovative*, 4(3), 1492–1503.
- Riziq Noval, M., Hanipah, R., Fitriya Handayani, M., Pamulang, U., Tangerang Selatan, K., Banten, P., & penulis, K. (2024). Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perokonomian Indonesia. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi (JUMIA)*, 2(1), 318–323. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2377>
- Robbins, L. (1932). *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*.
- Rohaya, Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada. 13(03), 1036–1050.
- Rusdianti. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENERAPAN BOIKOT PRODUK ISRAEL DI INDONESIA. 08(02), 1–12.
- Samuelson, P. A. (1947). *Foundations of Economic Analysis*.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Setyoningrum, A. A. D. (2020). Perempuan, Pengelolaan Keuangan Dan Ekonomi. *EKOBIS : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(2), 16–24. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i2.484>
- Shadi, M. (2024). The Economic Impacts of Boycotts Against Israel and Supporting Companies Israel-Hamas War Israel Middle East Palestine The Economic Impacts of Boycotts Against Israel and Supporting Companies. <https://www.habtoorresearch.com/programmes/economic-impacts-of-boycotts-against-israel/>

- Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2020). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 42–53. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3948>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Simon, S., & Anderson, L. (2020). Covid-19 Memudarkan Rasa Kemanusiaan Terhadap Sesama Dan Implikasinya Bagi Orang Percaya. *Sabda: Jurnal Teologi Kristen*, 1(2), 85–104. <https://doi.org/10.55097/sabda.v1i2.11>
- Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Soewignyo, T. I., Septiani, & Maruru, J. V. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Universitas Klabat Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dalam Pembayaran Tagihan Spp. *Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 117–141.
- 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>
- Sudarta. (2022). ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN PT INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA Tbk. PERIODE TAHUN 2014-2018. 16(1), 1–23.
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.15578/aj.v2i1.9392>
- Susanti, W., & Nurmayani, E. (2020). Kritik Sosial Dan Kemanusiaan Dalam Lirik Lagu Karya Iwan Fals. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 1–8.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Triandana, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 9106–9110.

- Ummah, M. S. (2019). Title. Sustainability (Switzerland), 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyuni, S., Khulsum, U., Fadila, Z. N., Apriliani, L., & Sahla, H. (2024). Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 5(01), 104.
- Yang, X., Tseng, Y., & Lee, B. (2021). Merging the Social Influence Theory and the Goal-Framing Theory to Understand Consumers' Green Purchasing Behavior: Does the Level of Sensitivity to Climate Change Really Matter? *Frontiers in Psychology*, 12(November), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.766754>
- Yearsiana, T., Pangestu, B., & Mujab, S. (2024). Manajemen Isu Dan Komunikasi Krisis Oleh Pt Danone Akibat Berita Boikot Fatwa Mui. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2985(1), 93–100. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–50.
- Ziiqba, F., & Fitriyah, Z. (2024). PENGARUH GERAKAN MEDIA SOSIAL DAN PARTISIPASI BOIKOT TERHADAP MINAT BELI PRODUK MCDONALD ' S DI Studi ini berfokus pada pengaruh gerakan boikot media sosial dan partisipasi boikot terhadap minat beli produk McDonald ' s di kalangan mahasiswa Surabaya . Se. 7.
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2022). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168–174. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2158