

## DAFTAR PUSTAKA

- 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>
- Ajzen, I. (1989). *Attitude Structure and Behavior* (A. R. Pratkanis, S. J. Breckler, & A. G. Greenwald, Eds.). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Ajzen, I. (1993). *New Directions in Attitude Measurement*.
- AKM. (2024, September 3). *Kriteria Boikot Produk MUI, YKMI: Berikan Landasan Kuat Bagi Masyarakat Muslim*. MNC Trijaya. <https://www.mnctrijaya.com/news/detail/67708/kriteria-boikot-produk-mui-ykmi-berikan-landasan-kuat-bagi-masyarakat>
- APJII. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).
- Ariawan, P. D., Sudiarta, I. W., & Sudita, I. K. (2019). Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(2), 69–76. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>
- Asitasari, W. (2022). Dinamika Belajar Berdasarkan Regulasi Diri dalam Proses Psikoterapi Kelompok Psikodinamika. *Rosyada: Islamic Guidance and Counseling*, 3(2), 2022. <http://ezproxy.ugm.ac.id:2066>.
- Asnuranty, S., & Hermanu, D. H. (2023). Pengaruh Pesan Kampanye Public Relations PT MRT Jakarta Terhadap Perubahan Sikap. *Communicator Sphere*, 3(2), 124–139. <https://doi.org/10.55397/cps.v3i2.84>
- Athaya, F. H. (2022). Cognitive Dissonance pada Konteks Berkomunikasi dan Mencari Informasi di Ruang Digital: Fenomena Selective Exposure. *JURNAL LENZA MUTIARA KOMUNIKASI*, 6(1), 61–72. <https://doi.org/10.51544/jlmc.v6i1.2535>
- Ayuningtyas, A. D. (2024, May 19). *Ada 62% Masyarakat Ikut Boikot Produk, Mana Favorit Alternatifnya?* GoodStats. <https://goodstats.id/article/ada-62-masyarakat-ikut-boikot-produk-mana-favorit-alternatifnya-BOEj3>
- Azizah, N. (2023, November 8). *Baznas Terima Donasi Palestina Rp 1,5 Miliar dari McDonald's Indonesia*. Republika.
- CNN. (2024, February 6). *Penjualan McDonald's Meleset dan Saham Anjlok Gara-gara Aksi Boikot*. CNN. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240206104452-92-1059186/penjualan-mcdonalds-meleset-dan-saham-anjlok-gara-gara-aksi-boikot>
- CNN Indonesia. (2024, November 9). *KFC Rugi Besar, Tutup 47 Gerai PHK 2.274 Karyawan*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241109120836-92-1164737/kfc-rugi-besar-tutup-47-gerai-dan-phk-2274-karyawan>
- Dewanti, I. N., & Irwansyah, I. (2021). Disonansi Kognitif Dalam Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia Terhadap Pembelian Produk Tanpa

- Logo Halal. *JURNAL LENSA MUTIARA KOMUNIKASI*, 5(1), 99–109. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1657>
- Dharta, F. Y. (2024). *Pengantar Statistika dalam Ilmu Sosial* (I. Ayesha, Ed.). Deepublish Publisher.
- Festinger, L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*.
- Handayani, M. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pendukung Israel terhadap Perdagangan Saham di Indonesia. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(1), 106–114. <https://doi.org/10.31933/z7bftz98>
- Hapsari, A., & Sukardani, P. S. (2025). Pengaruh Terpaan Informasi Gerakan Boikot Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Pada Produk Mcdonald di Surabaya. *The Commercium*, 9, 114–129.
- Hermawan, J., & Junaidi, A. (2025). Pengaruh Kampanye Boikot melalui Media Sosial X terhadap Keputusan Pembelian Produk M. *Prologia*, 9(1), 215–222. <https://jdih.dpr.go.id>
- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Aurelia, A. N., & Maesaroh, S. S. (2024). 19150-19163. *Journal of Social Science Research*, 4(3), 19150–19163. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11470>
- Jane Ali, A., Mohsein Binti Abdul Mohsin, A., Muhaimin Afif Bin Muhsin, M., Ilham Bin Mohamad Nizam, M., Shamim Bin Azirul Rahman, M., Shamsul Hakimy Bin Mohd Saidin, M., Ganesan, P., Mui Hung Kee, D., & Rahman, B. (2025). Consumer Activism and Its Consequences: Analyzing the Impact of Boycotts on Brand Reputation and Loyalty in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME)*, 8(2), 208–223. <https://doi.org/10.32535/apjme.v8i2.4070>
- Jedicke, E. M., Arnold, C., & Lindenmeier, J. (2025). The dynamics of consumer boycott intention: Examining the roles of moral reasoning, cognitive dissonance, and self-congruence. *Journal of Business Research*, 189. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.115127>
- Kollewe, J. (2024, October 29). *McDonald's posts biggest decline in global sales in four years*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/business/2024/oct/29/mcdonalds-posts-biggest-decline-in-global-sales-in-four-years>
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management* (Wall Stephanie, Ed.). Pearson.
- Kurniawan, R. S., Juhari, & 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. <https://doi.org/10.46306/vls.v4i2>
- Liana, P. A. (2025, February 28). *McDonald's Indonesia Berikan BPJS Ketenagakerjaan untuk Mitra Petani Lokal di Jawa Barat*. Tribun News. <https://jakarta.tribunnews.com/2025/02/28/mcdonalds-indonesia-berikan-bpjs-ketenagakerjaan-untuk-mitra-petani-lokal-di-jawa-barat>
- Mady, K., Salaheldeen, M., Refaat, H., & Battour, M. (2025). The impact of social media on consumer boycotts: Mediating roles of animosity, behavioral control, and efficacy. *Social Sciences and Humanities Open*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.102041>

- Mujahidah, R., & Abdurrahman, M. S. (2025). Pengaruh Terpaan Twit Boikot Mcd Terkait Konflik Israel-Palestina Terhadap Reputasi Mc Donald's Indonesia. *The Garba Rujukan Digital (GARUDA)* , 12(3), 1717–1745.  
<https://garuda.kemdiktisaintek.go.id/documents/detail/5147061>
- Pahlevi, R. (2024, May 20). *Cek Data: Bagaimana Boikot Pengaruhi Bisnis Merek Global di Indonesia?* Artikel ini telah tayang di *Katadata.co.id* dengan judul “Cek Data: Bagaimana Boikot Pengaruhi Bisnis Merek Global di Indonesia?” , <https://katadata.co.id/cek-data/664a92f2437dd/cek-data-bagaimana-boikot-pengaruhi-bisnis-merek-global-di-indonesia> Penulis: Reza Pahlevi Editor: Aria W. Yudhistira. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/cek-data/664a92f2437dd/cek-data-bagaimana-boikot-pengaruhi-bisnis-merek-global-di-indonesia>
- Prasasti, T. E., & Ramadhika, A. (2024). PADA MAHASISWA KOTA BANDUNG DI MASA BOIKOT). *FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 7(1), 1393–1401.  
<https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article/view/670>
- Putri, R. S. (2024, January 31). *Terkena Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel, McDonald's Sebut Ada Intimidasi terhadap Perusahaan.* . Tempo.Co. <https://www.tempo.co/ekonomi/terkena-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-mcdonald-s-sebut-ada-intimidasi-terhadap-perusahaan-91910>
- Redaksi OCBC. (2024, October 24). *Berapa Biaya Franchise Mcd di Indonesia? Cek di Sini!* OCBC.  
<https://www.ocbc.id/id/article/2024/10/24/biaya-franchise-mcd>
- Rhamadanty, S. (2023, November 16). *Pengusaha Ritel: Aksi Boikot Produk yang Diduga Pro Israel Bisa Berujung PHK.* Kompas.Com.  
<https://money.kompas.com/read/2023/11/16/140151626/pengusaha-ritel-aksi-boikot-produk-yang-diduga-pro-israel-bisa-berujung-phk>
- Salsabilla, R. (2023, November 7). *Donasi Makanan ke Tentara Israel Bikin Franchise McD Terbelah.* CNBC Indonesia.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson Education.
- Sinaga, T. M. (2025, August 28). *Pengguna Medsos di Indonesia Didominasi Gen Z.* Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/pengguna-medsos-di-indonesia-didominasi-gen-z>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana (Prenada Media Group).
- Staff Reporter. (2024, July 29). *McDonald's global sales decrease in Q2 amid boycott.* TRTWORLD.  
<https://www.trtworld.com/article/18189145>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

- Wang, C. C., Chang, S. C., & Chen, P. Y. (2021). The brand sustainability obstacle: Viewpoint incompatibility and consumer boycott. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13095174>
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan: Konsep dan Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Elex Media Komputindo.
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh Algoritma Filter Bubble dan Echo Chamber Terhadap Perilaku Penggunaan Internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Yakın, V., Güven, H., David, S., Güven, E., Bärbuță-Mișu, N., Güven, E. T. A., & Virlanuta, F. O. (2023). The Effect of Cognitive Dissonance Theory and Brand Loyalty on Consumer Complaint Behaviors: A Cross-Cultural Study. *Sustainability (Switzerland)*, 15(6). <https://doi.org/10.3390/su15064718>
- initial value  
initial value  
initial value