

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abdullah, N. A. H. N., & Singam, P. S. K. (2014). The Impact of Negative Social Media Communication, Boycott Campaign and Brand Trust on Generation Y Intention to Purchase Fast Food Products. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 8(12), 39-46.
- Aditya, I. W. P., & Yasa, N. N. K. (2024). The Role of Brand Image in Mediating the Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention (Study on Kober Noodle Products in Denpasar City). *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 3(6), 435-446.
- Afifah, M. N., Abizar, 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(2), 426-434
- Anisah, S. (2015). Pengaturan dan Penegakan Hukum Pemboikotan dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 22(2). <https://doi.org/10.18196/jmh.2015.0054.173-189>
- Assael, Henry. 2001. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-6. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, H. H., Rivai, A. K. P., & Aditya, S. (2022). Pengaruh eWOM dan brand image terhadap purchase intention melalui brand trust pada pengguna jasa pengiriman barang di Kota Bekasi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(4), 3837-3844.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2002). *Consumer behavior* (10th ed.). Harcourt College Publishers.
- Fairuz, M. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis*, 8(4), 4442-4466.
- 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), 206-216
- Ferdinand, A. (2016). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penulisan skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Friedman, M. (1985). Consumer boycotts in the United States, 1970-1980: Contemporary events in historical perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 19(1), 96-117.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 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. *Journal of Social Science Research*, 4(3), 19150–19163
- Imron, A. A., & Wajdi, M. F. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image, Diskon, dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Somethinc. *Journal of Social Science Research*, 4(2), 8350-8363.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi ke-14. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.).
- Mowen, J. C., & Minor, M. S. (2002). *Perilaku Konsumen* (Alih bahasa: D. Oktami). Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2019). *Sistem akuntansi*. Salemba Empat.
- Murtagh, C., & Lukehart, C. (n.d.). *Co-op America's Boycott Organizer's Guide*. Washington, DC: Co-op America.
- Murti, T. K. (2019). Pengaruh brand image, promosi dan biaya pendidikan terhadap keputusan mahasiswa melanjutkan studi pada program studi Pendidikan Ekonomi. *Economic Journal: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 102. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.1969>
- Nurhandayani, A., Syarif, R., Syarif, R., & Najib, M. (2019). The Impact of Social Media Influencer and Brand Images to Purchase Intention. *Journal of Applied Management (JAM)*, 17(4), 650-661
- Nurjannah, F. A., & Firmansyah, E. A. (2018). Citra Merek Serta Keputusan Pembelian Pada Cafe Warunk Upnormal. *Jurnal Dimensi*, 7(1), 36-58
- Oktiani, A., & Khadafi, R. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand image serta word of mouth terhadap brand trust dan pembentukan brand loyalty pada pelanggan C'bezt Friedchiken Kecamatan Genteng, Banyuwangi. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 1(2), 269–282. <https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.259>

- Paramanandita, H., & Kuswanto, A. (2022). Pengaruh E-WOM dan Brand Image terhadap Niat Beli pada Starbucks Reserve Dewata Bali. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 7(2), 114–126.
- Peronika, N., Junaidi, & Maryadi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Kosmetika Wardah di Kota Pagar Alam (Studi Pada Masyarakat Pengguna Kosmetika Wardah di Kecamatan Pagar Alam Utara Kota Pagar Alam). *Jurnal Ekonomia*, 10(1), 83-93.
- Purwanto, P., & Prayuda, R. Z. (2024). The Role of Brand Image, Brand Experience, Influencer Marketing and Purchase Interest on Consumer Purchasing Decisions of Handphone. *Journal of Profesor*, 1(1), 1-5.
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 48-59
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Perilaku konsumen* (edisi ke-11). Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2018). *Perilaku konsumen* (Edisi ke-7; Alih bahasa: Zoelkifli Kasip). Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Shimp, T. A. (2000). *Promosi dan Periklanan: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- 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>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, L., Novandari, W., & Setyanto, R. P. (2024). The Effectiveness of Social Media Campaigns on Boycott Participation: The Role of Boycott Attitudes and Motivation. *Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 3(4), 537-564.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (11th ed.). PT Raja Grafindo Persada.

- Unairnews. (2023). Konflik Palestina – Israel Memanas, Dosen HI FISIP UNAIR : Respons Eksistensi Hamas sebagai Sebuah Bangsa. Diakses pada 24 Maret 2025, <https://unair.ac.id/konflik-palestina-israel-memanas-dosen-hi-fisip-unair-respons-eksistensi-hamas-sebagai-sebuah-bangsa/>
- Wishesha, P., & Na'im, A. (2025). Boikot Produk Israel dari Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum & Hukum Islam*, 12(1), 529–540.
- Yunianto, Tri Kurnia. (2024). Starbucks Makin Kalah Saing, Penjualan Secara Global Turun 7%. Marketeers.com. Diakses pada 26 Juli 2025, <https://www.marketeers.com/starbucks-makin-kalah-saing-penjualan-secara-global-turun-7/>
- Ziiqbal, F. F., & Fitriyah, Z. (2024). Pengaruh Gerakan Media Sosial dan Partisipasi Boikot Terhadap Minat Beli Produk McDonald's di Kalangan Mahasiswa Surabaya. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 4666-4674.