

PENGARUH PEMAHAMAN BOIKOT PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PADA ANGGOTA ORGANISASI GERAKAN MAHASISWA NASIONAL
INDONESIA (GMNI) CABANG YOGYAKARTA

INDAH ADELLA PUTRI

153210151

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email: 153210151@student.upnyk.ac.id

ASBTRAK

Fenomena boikot produk yang terafiliasi dengan Israel semakin menguat di kalangan mahasiswa, termasuk anggota GMNI Yogyakarta, yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap gerakan boikot dapat memengaruhi minat beli mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman boikot produk terhadap minat beli pada anggota Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia (GMNI) Cabang Yogyakarta. Fenomena boikot terhadap produk-produk yang terafiliasi dengan Israel menjadi perhatian publik karena dianggap sebagai bentuk solidaritas terhadap isu kemanusiaan di Palestina. Pemahaman individu terhadap gerakan boikot diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota aktif GMNI Cabang Yogyakarta, pengambilan sampel menggunakan teknik sampling sesnus. Sampel berjumlah 75 anggota aktif. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear sederhana menggunakan program SPSS 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman boikot produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman terhadap gerakan boikot, maka semakin rendah minat membeli produk yang terafiliasi dengan Israel.

Kata kunci: pemahaman boikot, minat beli, gerakan mahasiswa, israel, perilaku konsumen

*AN EMPIRICAL ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT BOYCOTT
UNDERSTANDING ON PURCHASE INTENTION AMONG GMNI
MEMBERS IN YOGYAKARTA*

INDAH ADELLA PUTRI
153210151

*Department of Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences,
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Email: 153210151@student.upnyk.ac.id*

ABSTACT

*The growing boycott movement against products affiliated with Israel especially among student groups such as GMNI Yogyakarta highlights how individuals' understanding of the boycott can influence their purchase intentions. This study aims to examine the effect of product boycott understanding on purchase intention among members of the Indonesian National Student Movement (GMNI) Yogyakarta Branch. The boycott phenomenon against products affiliated with Israel has gained public attention as an expression of solidarity with humanitarian issues in Palestine. Individual understanding of the boycott movement is presumed to influence consumer behaviour in making purchasing decisions. This research employs a quantitative approach with an *ekspalanatif* research design. The population consists of all active members of the GMNI Yogyakarta Branch, using a sampling (census) technique involving 75 respondents. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analysed using simple linear regression with SPSS 28. The findings indicate that understanding product boycotts has a negative and significant effect on purchase intention. This implies that the higher the level of understanding regarding boycott movements, the lower the intention to purchase products affiliated with Israel.*

Keywords: *boycott understanding, purchase intention, student movement, Israel, consumer behaviour*