

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., Abizar, Sutopo, H., & Albab, U. (2024). Pengaruh gerakan boikot produk pro Israel di media sosial terhadap niat pembelian masyarakat Bandar Lampung.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality and behavior* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Ambis. (2025). Deskripsi lokasi penelitian: Pengertian dan cara menulis. Diakses 7 Juni 2025.
- Assael, H. (2016). *Consumer behavior: A strategic approach*. Cengage Learning.
- Az-haari, N. F., Juardi, D., & Jamaludin, A. (2024). Analisis sentimen terhadap boikot *Brand* pro-Israel pada Twitter menggunakan metode *Naïve Bayes* (Studi kasus: Starbucks).
- Azizah, W. N., & Andriyati, Y. (2025). Pengaruh boikot terhadap niat pembelian produk pesaing di Kota Sampit.
- Bps.go.id. (2024). Jumlah penduduk menurut provinsi di Indonesia (ribu jiwa), 2024. <https://sulut.bps.go.id/id/statistics-table/2/OTU4IzI=/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>. Diakses 7 Juni 2025.
- Chaitin, J., Steinberg, S., & Steinberg, S. (2017). 'BDS – it's complicated': Israeli, Jewish, and others' views on the boycott of Israel. *The International Journal of Human Rights*.
- Dewi, M. S. E., & Achsa, A. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat pembelian konsumen: Studi pada online shop Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Diakses 17 Juni 2025.
- Halim, F., & Iskandar, D. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi consumer purchase intention. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Handayani, W. P. P., & Octavia, C. D. (2025). Purchase intention produk ramah lingkungan: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*.
- Hapsari, A., & Sukardani, P. S. (2025). Pengaruh terpaan informasi gerakan boikot terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk McDonald's di Surabaya.

- Hariyadi, G. T. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di minimarket (Studi pada Indomaret dan Alfamart di Semarang). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Diakses 17 Juni 2025.
- Jaya, A. D., Romadhoni, B., & Muchran, M. (2025). Boycott calls, *Brand image* on loyalty and purchasing decisions of Israel-affiliated products.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, R. S., Juhari, Zufriady, & Holanda, S. (2024). Efektivitas seruan aksi boikot produk pro Israel terhadap keputusan pembelian dan dampaknya bagi produk lokal.
- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis keputusan pembelian pada konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 20–28. Diakses 17 Juni 2025.
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2018). A study of factors affecting on customers purchase intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*.
- Y. S. Mahardhika and E. Zuliarso, *ANALISIS SENTIMEN TERHADAP PEMERINTAHAN JOKO WIDODO PADA MEDIA SOSIAL TWITTER MENGGUNAKAN ALGORITMA NAIVES BAYES CLASSIFIER*. 2018.
- Nasution, U. H., & Junaidi, L. D. (2024). Metode penelitian. Diakses 17 Juni 2025.
- Ningrum, P. Y., Nopianti, H., & Himawati, I. P. (2025). Decision making for boycott action of pro-Israel food and beverage products by Bengkulu University students.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Rusti, A. D., Masnita, Y., & Kurniawati. (2024). Tinjauan Theory of Planned Behavior dalam mempengaruhi purchase intention dan purchase behavior melalui sosial media. *Jurnal Ekonomi Efektif*.
- Rusik, M. P., Pebrianti, W., Juniwati, & Ramadania. (2025). The effect of animosity on purchase intention: Product judgment as a mediating variabel for Israeli products (McDonald's). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Seasia.co. (2024). World's most religious countries. <https://seasia.co/infographic/worlds-most-religious-countries-2024>. Diakses 10 Juni 2025.
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suhud, U. (2017). Purchase willingness and unwillingness of Indonesian consumers on Israeli products.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku konsumen. Yogyakarta: CV. Eureka Media

Aksara.

Syafaruddin, Z., Suharyono, & Kumadji, S. (2016). Pengaruh komunikasi electronic word of mouth terhadap kepercayaan dan niat beli serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1), 65–75. Diakses 17 Juni 2025.

Wikipedia. (n.d.). Boikot, Divestasi, dan Sanksi. [https://id.wikipedia.org/wiki/Boikot, Divestasi, dan Sanksi](https://id.wikipedia.org/wiki/Boikot,_Divestasi,_dan_Sanksi). Diakses 20 Juni 2025

Margarena, A. N., Setiawan, S., Fauzi, I., Aziz, A., & Auliya, Z. F. (2024). Kesadaran Umat Muslim Dan Informasi Boikot Produk Terhadap Perilaku Pembelian Melalui Niat Pembelian. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*,