

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, D R, Wahyono, D, Nugraha, A R, & Novita, Y (2024) Pengaruh Social Media Marketing, Harga dan Brand Image Terhadap Minat Beli *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 650-658
- 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
- Alfina, S, & Tresnawaty, Y (2024) Pengaruh Religiositas terhadap Motivasi Boikot Produk Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial, 8(2), 439-447
- Amelia, R, Andrian, A, & Sumantyo, F D S (2023) Dampak Store Atmosphere, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sociolla Di Summarecon Mall Bekasi *Jurnal Economina*, 2(9), 2482-2501
- Amirullah, I (2021) MOTIVASI KARYAWAN DAN KEDISIPLINAN KERJADALAM PELAYANAN SEHINGGA MENGHASILKAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN MINUMAN *JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND SOCIAL SCIENCE*, 2(2), 12-17
- Amri, K (2021) Moderasi beragama perspektif agama-agama di Indonesia *Living Islam: Journal of Islamic Discourses*, 4(2), 179-196
- Anggraini, N, Barkah, Q, & Hartini, T (2020) Pengaruh promosi, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan citra merek produk rabbani di palembang *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 4(1), 26-40
- Anjanarko, T S, & Mardikaningsih, R (2022) Pengaruh harga dan citra merek terhadap pemilihan merek maskapai penerbangan *Jurnal Baruna Horizon*, 5(2), 100-108
- Anisa, M A, & Suryani, T (2024) Pengaruh brand hate terhadap negative word of mouth, continued intentions to use, dan Brand Equity Pada Pelanggan Mcdonald's di Indonesia Selaku Brand Pro Israel *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 9(2), 210-224
- Asi, K J M, & Hasbi, I (2021) Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak *eProceedings of Management*, 8(1)
- Azzahra, F D, & Rizan, M (2021) Pengaruh social media marketing dan brand awareness terhadap purchase intention serta dampaknya pada purchase decision: Studi pada

- pengguna layanan online food delivery di Jakarta *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(3), 874-890
- Damayanti, R W, & Sumayyah, S (2024) The influence of American product boycott on brand switching intention: The role of e-WOM as a moderator *Journal of Business and Information Systems (e-ISSN: 2685-2543)*, 6(2), 170-181
- Ellitan, L, De Rosari, A, & Kristanti, M M (2022) Analisis pengaruh instagram terhadap purchase intention melalui brand awareness dan brand trust pada starbucks surabaya *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4740-4748
- Emawati, L (2018) *PENGARUH SELERA KONSUMEN DAN LINGKUNGAN SOSIAL KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONVEKSI "JINI COLLECTION")* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS)
- Fauzi, M H, Azzahra, R, Nirwasita, R A, & Izzan, M Pengaruh Religiusitas terhadap Intensi Boikot Mahasiswa UI untuk Produk Terafiliasi Israel *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 47(2), 3
- Firmansya, A (2017) *Analisis Pengaruh Consumer Animosity Dan Consumer Ethnocentrism Terhadap Purchase Intention (Studi Empiris Dalam Membeli Produk Asal AS Oleh Mahasiswa FEB di Universitas Muhammadiyah Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Fitriana, A, & Hanathasia, M (2024) Pengaruh Dimensi Kebencian Konsumen Terhadap Citra Merek Starbucks Indonesia Pasca Konflik Israel-Palestina: Indonesia *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 61-75
- Fitriani, A (2024) *Perlindungan Terhadap Anak-anak Korban Konflik Bersenjata dari Kacamata Hukum Humaniter Internasional: Studi Kasus Pengepungan Jalur Gaza* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)
- Hamad, M O E (2015) *The Impact of Religiosity, Animosity, and Ethnocentrism on American product purchase intention: Product and country image as a mediator* University of Malaya (Malaysia)
- Hendrayani, E, & Siwiyanti, L (2021) *Manajemen Pemasaran Samudra Biru*
- Heydiana, A (2024) *Pengaruh Brand Image, Label Halal, Animosity Terhadap Keputusan Pembelian dengan Promosi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Penjualan Scarlett Whitening di Toko Mutiara Kosmetik)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)

- Jalili, A, Umar, H, & Harun, H (2022) Zakat dan Keadilan Ekonomi Perspektif Islam, Kapitalisme, dan Sosialisme *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 6(1), 1-10
- KHAIRANI, Z (2017) Efektivitas Strategi Bauran Promosi Oleh-Oleh Makanan Khas Riau (Studi Kasus Pada Wisatawan Di Kota Pekanbaru) *Jurnal Daya Saing*, 3(3), 315-319
- Khoirunnisa, N, & Bestari, D K P (2022) Pengaruh harga dan strategi promosi terhadap keputusan pembelian berulang dengan perilaku pembelian impulsif sebagai variabel intervening (Studi pada pengguna GoFood di Kota Bandung) *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9), 3667-3675
- Khoiriyah, B N M (2024) Analisis dampak ekonomi dan sosial boikot produk pro-Israel dalam perspektif hukum Islam di Indonesia *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(5), 3223-3236
- Khoiruman, M, & Wariati, A (2023) Analisa Motivasi Boikot (Boycott Motivation) Terhadap Produk Mc Donald Di Surakarta Pasca Serangan Israel Ke Palestina *Excellent*, 10(2), 247-257
- Letek, L S B, & Keban, Y B (2021) Moderasi Beragama Berbasis Budaya Lokal Dalam Pembelajaran Pak Di Smp Negeri I Larantuka *Jurnal Reinha*, 12(2)
- 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)*, 13(3), 552-557
- Maulidia, V (2025) *PENGARUH ISLAMIC RELIGIOSITY DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BUSANA MUSLIM DI KABUPATEN SEMARANG MELALUI VARIABEL MINAT BELI* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang)
- Melati, I S, Margunani, M, Mudrikah, S, & Pitaloka, L K (2020) Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155-163
- MELIN, A (2025) *PENGARUH CONSUMER ANIMOSITY DAN PRODUCT JUDGEMENT TERHADAP PURCHASE WILLINGNESS PADA MCDONALD'S DITINJAU DALAM PERSPEKTIF BISNIS ISLAM* (Studi Kasus pada Konsumen Muslim di Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung)

- Nawaz, M Z, Nawaz, S, Guzmán, F, & Plotkina, D (2023) The aftermath of Covid-19: The rise of pandemic animosity among consumers and its scale development *Journal of Business Research*, 157, 113550
- Nugraha, R, & Kurnianingsih, H (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bir Bintang Di Soloraya *Jurnal Manajemen*, 11(1), 76-86
- Nuryadi, T D A (2017) Endang Sri Utami, and M Budiantara *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, 79
- Oktavia, D S, Hanifah, N, Fatihah, C A, Febriyanti, S T, & Fahlapi, R (2025) PENGARUH KEMUDAHAN METODE PEMBAYARAN SHOPEE PAYLATER TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA BSI KRAMAT 98 DENGAN PENDEKATAN KUANTITATIF *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 8(3), 71-80
- Ong, S R, & Firdausy, C M (2023) Faktor yang Mempengaruhi Purchase Intention Pelanggan Somethinc di Jakarta Barat *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 94-103
- Pertiwi, B A S, & Sulistyowati, R (2021) Pengaruh Strategi Green Marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376-1382
- Piero, M, Wibawa, B M, & Persada, S F (2018) Identifikasi perilaku compulsive buying pada mahasiswa di Surabaya *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 7(1), 15-17
- Putri, C S D, & Murtadho, K (2025) Pengaruh Religiusitas dan Consumer Animosity Terhadap Keputusan Boikot dan Purchase Unwillingness Produk Unilever Indonesia pada Konsumen Generasi Z di Kabupaten Pasuruan *MES Management Journal*, 4(2), 595-605
- RAIHANI, R PENGARUH PENGGUNAAN FITUR PAYLATER, PURCHASE INTENTION DAN SPIRITUALITY TERHADAP PERILAKU IMPULSIVE BUYING PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE
- Ramadhan, A F, & Zuliestiana, D A (2019) Analisis Pemanfaatan Youtube Sebagai Social Media Marketing Go-Jek Dalam Mempengaruhi Minat Beli Dan Loyalitas Terhadap Brand *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 628-637
- Riptiono, S (2020) Pengaruh allocentris dan animosity terhadap niat beli konsumen pada produk makanan lokal dengan ethnocentrism sebagai intervening variabel *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 6(2), 379-379

- Rohmah, L A (2019) Penolakan Masyarakat Terhadap Gerakan Dakwah Majelis Tafsir Al-Qur'an (MTA) Di Kebumen *Sosiologi Agama: Jurnal Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial*, VI, 13
- Safitri, D, Kadang, J, & Syarifuddin, I (2023) Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Toreko *Student Scientific Creativity Journal*, 1(2), 258-266
- Salim, H S, Goh, T S, & Margery, E (2022) Pengaruh komunikasi pemasaran dan produk terhadap keputusan pembelian di PT Furnilux Indonesia *Jurnal Bisnis Kolega*, 8(1)
- Saputra, A M, & Mesra, R (2024) Implikasi Pemilihan Umum Tahun 2024 Terhadap Aktivitas Masyarakat di Indonesia *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JELAS)*, 1(2), 65-77
- Semuel, H, & Setiawan, K Y (2018) Promosi melalui sosial media, brand awareness, purchase intention pada produk sepatu olahraga *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 47-52
- Setyaningrum, A (2024) *MODEL PENINGKATAN PURCHASE INTENTION BERBASIS INFORMATION ADOPTION, ARGUMENT QUALITY, DAN SOURCE CREDIBILITY* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang)
- Siahaan, R H, Suhud, U, & Purwohedi, U (2021) Impact of ethnocentrism and other factors on willingness to buy Chinese cars *Journal of Consumer Sciences*, 6(1), 62-76
- Siaputra, H, & Isaac, E (2020) Pengaruh attitude, subjective norm, dan perceived behavior control terhadap purchase intention makanan sehat di crunchaus Surabaya *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 9-18
- SIJABAT, P (2024) PENGARUH KOREAN WAVE DAN SERVICESCAPE TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA K3 MART CABANG KESAWAN KOTA MEDAN
- Sugeng, B (2022) *Fundamental metodologi penelitian kuantitatif (eksplanatif)* Deepublish
- Syafaruddin, Z (2016) Pengaruh komunikasi electronicword of mouth terhadap kepercayaan (trust) dan niat beli (purchase intention) serta dampaknya pada keputusan pembelian (Survey pada konsumen online shopping zafertech com) *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 3(1)
- Wisesa, C P (2021) Studi Keputusan Pembelian Makanan Oleh-Oleh Khas Surabaya: Peran Brand Awareness dan Kualitas Produk *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 287-294

Yolanda, L, Helmi, R A, Komaladewi, R, & Saputra, F A (2023) Etnosentrisme Konsumen, Kerentanan Pengaruh Normatif, Permusuhan Konsumen terhadap Kesiediaan untuk Membeli *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1)