

ABSTRAK

Perilaku konsumen merupakan aspek penting dalam memahami perilaku individu dalam membuat keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan *consumer animosity* terhadap niat melakukan boikot produk McDonald's dalam konflik Israel-Palestina pada Generasi Z Muslim di Jawa Barat.

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z Muslim di Jawa Barat dengan menggunakan sampel sebanyak 117 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan *SPSS Statistics 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan *consumer animosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat melakukan boikot produk McDonald's pada Generasi Z Muslim di Jawa Barat baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 73,6% variabel dependen *intention to boycott* dapat dijelaskan oleh variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan *consumer animosity*.

Kata Kunci: *Perilaku konsumen, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, consumer animosity, Intention to boycott*