

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman & Sanusi, A. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka setia.
- Adriani, D., Sinaga, A. F., Puspitasari, D., & Sinulingga, F. A. B. (2022). Analisis Harga, Pendapatan, Dan Permintaan Bahan Pokok Di Medan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Promosi Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 10(1).
- Ali, A., Xiaoling, G., Sherwani, M., & Ali, A. (2017). Factors affecting Halal meat purchase intention: Evidence from international Muslim students in China. *British Food Journal*, 119(3), 527-541.
- Amrizal. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta : Sekolah Tinggi Manajemen Transportasi Trisakti
- Anisah, S. (2015). Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat. *Jurnal Media Hukum*, 22(2), 17.
- Antara News. (2023, 12 Januari). MUI sebut lima kriteria produk terafiliasi Israel. <https://www.antaranews.com/berita/4236119/mui-sebut-lima-kriteria-produk-terafiliasi-israel>
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Arli, D., & Tjiptono, F. (2013). The End of Religion? Examining the Role of Religiousness, Materialism, and Long-Term Orientation on Consumer Ethics in Indonesia. *Journal of Business Ethics*, 123(3), 385–400. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1846-4>

- Azmil, B. (2022). Prinsip dan etika konsumsi Islam (tinjauan maqashid syariah). *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 23(1), 1-15.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Industri Makanan dan Minuman Indonesia 2021. Badan Pusat Statistik.
- Barghouti, O. (2011). BDS: Boycott, divestment, sanctions: The global struggle for Palestinian rights. Haymarket Books.
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *Motivasi*, 7(1), 8-14.
- Baron, R. A., Byrne, D., & Branscombe, N. R. (2005). *Social psychology* (11th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Basu, K., & Palazzo, G. (2008). Corporate social responsibility: A process model of sensemaking. *Academy of management review*, 33(1), 122-136.
- BBC News Indonesia. (2024). Boikot McDonald's di Indonesia dan dampaknya. *BBC.com*. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cy9xyvvv5jzo>
- Becker-Olsen, K. L., Cudmore, B. A., & Hill, R. P. (2006). The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior. *Journal of business research*, 59(1), 46-53.
- Case, K. E., Fair, R. C., & Oster, S. M. (2012). Principles of economics (10th ed.). Pearson.
- Chapra, M. U. (2008). The Islamic vision of development in the light of Maqasid al-Shari'ah. Islamic Research and Training Institute (IRTI).

- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55(1), 591–621.
- CNN Indonesia. (2021, 11 Juni). Menilik perjalanan 'fast food' di nusantara. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210611195419-262-653359/menilik-perjalanan-fast-food-di-nusantara>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Databoks. (2021). Inilah merek cepat saji terbaik di Indonesia pada 2021, mana kesukaanmu? <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/54b9e7f936b1523/inilah-merek-cepat-saji-terbaik-di-indonesia-pada-2021-mana-kesukaanmu>
- El Munadiyan, A. (2024). Pengaruh Gerakan Boikot terhadap Asosiasi Merek yang Mendukung Israel dan Loyalitas Konsumen: Studi Kasus Perusahaan di Indonesia. *Economic and Business Management International Journal*, 6(2), 120–125. DOI: 10.556442.
- El Saha, M. I. (2023, November 12). Boikot sebagai jihad yang sah. Kementerian Agama Republik Indonesia. Diakses dari <https://kemenag.go.id/opini/boikot-sebagai-jihad-yang-sah-DrYGM>
- Elvira, R. (2015). Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Islamika: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15(1).

- Febriana, P. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Lazizaa Chicken and Pizza di Jambangan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Friedman, M. (2002). *Consumer boycotts: Effecting change through the marketplace and media*. Routledge.
- Gefen, D., Straub, D., and Boudreau, M.-C. 2000. "Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice," *Communications of the Association for Information Systems* (4:7), pp. 1-77.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. J. S. B. P. U. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmarPls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan. *Jakarta: erlangga*.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). PLS-SEM: Indeed A Silver Bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hapsari, A., & Sukardani, P. S. (2025). Pengaruh terpaan informasi gerakan boikot terhadap keputusan pembelian mahasiswa pada produk McDonald's di Surabaya. *The Commercium*, 9(2), 114–129.
- Hasan, H. A. (2021). Sumber Hukum Dalam Sistem Ekonomi Islam. *Pilar*, 12(2), 66-78.

- Hasan, Z. (2011). Consumption in Islamic perspective: An analytical approach. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 7(1), 71-88.
- Herdiansyah, H., Safitri, S. S., Handayani, L. A., Wibowo, E. N. E., & Jatmiko, M. A. (2024). Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot. *Gandiwa Jurnal Komunikasi*, 4(1), 58-71.
- Herdiansyah, H., Safitri, S., Handayani, L. A., Wibowo, E. N. E., & Jatmiko, M. A. (2024). Pengaruh paparan media sosial, loyalitas, dan konformitas terhadap keputusan pembeli produk McDonald's pasca boikot. *GANDIWA: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 58–71.
- Hoerunnisa, I. (2024). *Pengaruh Religiusitas, Norma Subjektif, dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal pada Restoran yang Diboikot dengan Sikap sebagai Variabel Moderator*. Tesis, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ibrahim, A. (2021). Pengantar Ekonomi Islam.
- Insani, T. D., Al-Faizin, A. W., & Ryandono, M. N. H. (2019). The impact of halal at thayyib and consumption ethics on economic growth: An economic tafsir of Al-Baqarah 168. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(2), 459–474.
- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. . (2024). Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2312–2327.
- Kahf, M. (1999). Financing the development of awqaf property. *American Journal of Islam and Society*, 16(4), 39-66.

- Kahf, M. (1999). Islamic economics: Notes on definition and methodology. *Review of Islamic Economics*, 8(1), 23-47.
- Kamali, M. H. (2008). *Shari'ah law: An introduction*. Simon and Schuster.
- Kartika, M., Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Manalu, M., & Fitriani, M. (2024). MANAJEMEN KRISIS MCD INDONESIA (STUDI KASUS BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 7(1), 51-57.
<https://doi.org/https://doi.org/10.62144/jikq.v7i1.375>
- Katadata. (n.d.). Perempuan lebih sering konsumsi makanan cepat saji ketimbang laki-laki. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/b483aeba392ea86/perempuan-lebih-sering-konsumsi-makanan-cepat-saji-ketimbang-laki-laki>
- 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.
- Kholis, N., & Ma'rifa, A. (2021). The influence of price and income on purchase decisions among fast-food consumers: The mediating effect of lifestyle. *International Conference on Business Management (e-ICBM2021)*, *Universiti Sultan Zainal Abidin*, 94–102.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323.

- Kock, N. J. I. J. o. e.-C. (2011). Using WarpPLS In E-Collaboration Studies: Mediating Effects, Control And Second Order Variables, And Algorithm Choices. *International Journal of e- Collaboration (IJeC)*, 7(3), 1-13.
- Kompas.id. (2023, November 7). Perkara boikot dan dukungan untuk Palestina. Diakses dari <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/11/07/perkara-boikot-dan-dukkungan-untuk-palestina>
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Amstrong, G, 2013, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke -12., Erlangga, Jakarta.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Kurniawan, R. S., Juhari, Z., Zufriady, & Holanda, S. (2024). Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro-Israel terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya bagi Produk Lokal. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 306–329.
- Mankiw, N. G. (2020). *Teori Ekonomi Mikro* (Edisi Terjemahan Indonesia). Jakarta: Salemba Empat.
- Mannan, M. A. (1995). *Teori dan Praktik Ekonomi Islam (Dasar-Dasar Ekonomi)*. Terj. M. Nastangin. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics* Macmillan. London (8th ed. Published in 1920), 3.
- McDonald's Indonesia. (n.d.). About. <https://www.mcdonalds.co.id/about>

- Mokobombang, M. A. R., Niu, F. A. L., & Hasan, J. (2023). Perilaku Boikot dalam Perspektif Islam serta Implementasinya di Era Kontemporer. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(2), 88-95.
- Muhamad, N., Khamarudin, M., & Fauzi, W. I. M. (2019). The role of religious motivation in an international consumer boycott. *British Food Journal*, 121(1), 199–217.
- MUI. (2023). Fatwa Majelis Ulama Indonesia No.83 Tahun 2023 Tentang Dukungan Hukum Terhadap Perjuangan Palestina. <https://mui.or.id/>, 1–9.
- Munandar, A., Yaasin, M. S., & Firdaus, R. A. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 3(1), 23-40.
- Muslimihah, M., Abdullah, M., & Razak, L. A. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104.
- Mustaqor, A., & Winanto, S. (2022). Pengaruh payment gateway dan kemudahan transaksi terhadap keputusan pembelian dengan etika konsumsi Islam sebagai variabel moderasi: Studi kasus produk Mukenah Dalanova, Widiping. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(1), 748–758.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nicholson, W. (2012). MICROECONOMIC THEORY: BASIC PRINCIPLES AND EXTENSIONS 11th ed. Cengage Learning.

- Nilsen, A.C. (2008). *Majalah Appetite Journey*. Diperoleh tanggal 28 Januari 2025 dari http://repository.usu.ac.id/appetitejourney/docs/appetitejourney_39.
- Nurasiah, I., Permata, N., Suaryo, S., & Auliana, S. (2023). Koreksi Harga Saham Produk Terafiliasi Dengan Israel Sebagai Akibat Dari Gerakan Boikot, Divestasi Dan Sanksi (BDS) Di Bursa Efek (BEI) Periode 2023. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 5(2).
- Nurhasanah, S. (2024). Fenomena Pemboikotan Restoran Cepat Saji McDonald's di Masyarakat Kota Banda Aceh. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh*.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics* (9th ed.). Pearson.
- Pindyck, R. S., Rubinfeld, D. L., & Rabasco, E. (2013). *Microeconomía* (pp. 768-768). Pearson Educación.
- Prasetyo, P. Y. (2024). Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus KFC Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 3(1), 46-56.
- Pratiwi, A. (2023). PENGARUH KONFORMITAS DAN REGULASI DIRI TERHADAP PERILAKU IMPULSIF MEMBELI PADA DEWASA AWAL. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(1), 888-896.
- Purnomo, S. (2022). Teori Ekonomi Mikro.
- Rachmat, N. (2019). *Budaya Pola Konsumsi Makanan Cepat Saji dalam Kehidupan Remaja Jakarta (Studi Kasus: Franchise KFC)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

- Rahmasari, A., & Nisa, F. L. (2024). ANALISIS PASAR MENGENAI KEHALALAN DAN ISU BOIKOT PRODUK KOSMETIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 289-294.
- Republika. (2024). Soal aksi boikot McD Indonesia tentu sangat berdampak. *Republika.co.id*. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s84bzy502/soal-aksi-boikot-mcd-indonesia-tentu-sangat-berdampak>
- Rohaya, R., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). Analisis faktor perilaku konsumsi terhadap keputusan boikot produk Israel: Studi kasus pada Generasi Z Unimed. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(03), 1036-1050.
- Rohaya, R., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. (2024). Analisis faktor perilaku konsumsi terhadap keputusan boikot produk Israel: Studi kasus pada generasi Z UNIMED. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(3), 1036–1050.
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *Point: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53-64.
- Saragih, M. G., Saragih, L., Sugito, S., & Hantono, H. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif di Manajemen dengan Aplikasi SEM-PLS.
- Satris, R. (2019). Peranan Politik Luar Negeri Indonesia Terhadap Palestina Pasca Pengakuan Jerusalem Sebagai Ibu Kota Israel. *Politea*, 2(2), 161. <https://doi.org/10.21043/politea.v2i2.5884>

Savina. (2023, 15 Maret). Analisis kasus boikot McDonald's di Indonesia.

Kompasiana.

<https://www.kompasiana.com/savina80313/6655f1bcc925c47d183bdbe2/a>

nalisa-kasus-boikot-mcdonald-s-di-

indonesia#:~:text=Boikot%20McDonald's%20di%20Indonesia%20sendiri,

yang%20bergabung%20dalam%20ge

Schiffman, L.G., Kanuk, L. (2015), *Consumer Behaviour. Upper Saddle River, NJ:*

Prentice Hall.

Sears, D. O., Freedman, J.L., Peplau, L.A. (2010). *Psikologi Sosial*. (Edisi ke-5).

Erlangga.

Sen, S. (2024). Power to the People: A Systematic Review for Understanding the

Motivations Behind Consumer Boycotts. *Available at SSRN 4813848.*

Sen, S., Gürhan-Canli, Z., & Morwitz, V. (2001). Withholding consumption: A

social dilemma perspective on consumer boycotts. *Journal of Consumer*

research, 28(3), 399-417.

Septiazi, M. R. F., & Yuliana, N. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap

Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu*

Sosial, 2(4), 134-144.

Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh Green Marketing,

Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal*

Manajemen Teknologi, 13 (2), 201–21

Sidik, M. A. (2017). *Analisis Pengaruh Konformitas dan Kontrol diri Terhadap*

Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada

- Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Raden Intan Lampung angkatan 2015*) [Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- Smith, A. (2024). 1776 An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. In *Foundations of Monetary Economics*, Vol. 1 (pp. 223-295). Routledge.
- Smith, D., & Jones, P. (2024). Innovation Strategies in Fast Food Chains: Case Studies from Leading Brands. *Journal of Business Strategy*, 33(2), 187-201.
- Smith, N. C. (2014). *Morality and the market (Routledge Revivals): Consumer pressure for corporate accountability*. Routledge.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Pearson.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tajfel, H. and Turner, J.C. (1986) The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In: Worchel, S. and Austin, W.G., Eds., *Psychology of Intergroup Relation*, Hall Publishers, Chicago, 7-24.
- Tjiptono, F., (2012) *Strategi Pemasaran*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta
- Ulya, N., & Ayu, R. (2024). Gerakan sosial digital; boikot-divestasi-sanksi (BDS) terhadap isu Israel-Palestina di media sosial. *Proceeding of the National Seminar on Food and Nutrition*, 1(1), 1-10.
- Valoka, A. 2017. Sejarah Fast Food dan Junk Food. Diakses melalui <http://repository.unpas.ac.id/28077/4/BAB%20II.pdf> pada tanggal 20 November 2024.
- Wahyuni, S., Khulsum, U., Fadila, Z. N., Apriliani, L., & Sahla, H. (2024). Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan

- Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 5(01), 103-114.
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Journal Publicuho*, 7(1), 382-395.
- Wigati, S. 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam. *Jurnal Maliyah*, Vol.1.
- Zejjari, I., & Benhayoun, I. (2025). Predicting the determinants of consumer's intention to boycott surrogate Israeli products: Evidence on nonlinear relationships from Morocco. *Journal of Islamic Marketing*.
- Ziiqbal, F. F., & Fitriyah, Z. (2024). Pengaruh gerakan media sosial dan partisipasi boikot terhadap minat beli produk McDonald's di kalangan mahasiswa Surabaya. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 4666–4674.
- Zyl, L. E., Venter, E., & Boshoff, L. (2010). Consumer behavior and growth trends in the global fast food industry. *International Journal of Food Marketing*, 8(2), 135–150.