

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulloh, A. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Krisis Seruan Boikot Produk Unilever Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam:(Studi Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(2).
- Adnan, F., & Khaidir, A. (2025). Teori Dan Implementasi Pengambilan Keputusan Dan Kaitannya Dengan Teori Rational Choice Dalam Administrasi Publik. *Journal Of Administrative And Social Science*, 6(2), 97-107.
- Arifin, I. (2024). Analisis Persepsi Pedagang Ritel Terhadap Fenomena Boikot Produk Pro Israel. *Discourse: Indonesian Journal Of Social Studies And Education*, 1(3), 196-202.
- Alqatan, A. (2025). Corporate responses to boycott movements: Impact on accounting and financial performance in the Middle East. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 18(2), 360–380. <https://doi.org/10.1108/imefm-06-2024-0316>
- Amarta, N., & Susila, I. (2025). Analysis of the Influence of Religious Beliefs and Solidarity on Product Boycott Behavior. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 1716-1733. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i1.6188>.
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & J, R. (2025). Transformasi Ekonomi Digital dan Evolusi Pola Konsumsi: Tinjauan Literatur tentang Perubahan Perilaku Belanja di Era Internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28–37. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.14608>
- Firdaus, S. B. M. (2021). Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Pelanggaran Ham Di Yaman Pada Masa Pemerintahan Ali Abdullah Saleh. *Jurnal PIR : Power in International Relations*, 5(1), 01. <https://doi.org/10.22303/pir.5.1.2020.01-18>
- Firman, M. (2024). Strategi public relations unilever indonesia dalam menjaga reputasi pasca isu boikot pro-Israel. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 171-178.
- Hadi, G. S., Noviyanti, A. F., Al Fikri, M. I., & Zami, M. R. A. Z. (2025). Gerakan Pemuda Era Reformasi:(Studi Kasus Aksi" Indonesia Gelap" di Jember dalam Perspektif Charles Tilly). *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 3(3), 92-108.
- Hamida, I., Farihah, N., & Amaroh, S. (2024). Analisis Pengaruh Aksi Boikot Akibat Konflik Palestina-Israel Terhadap Harga Saham Unilever di USA, UK, dan Indonesia yang Tercatat ISSI dan JII. *Sosio e-Kons*, 16(2), 156. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i2.23659>
- 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. <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>
- Ibtisamah Laila, Mira Mariani, Rakhmah Fakhriani, & Rinjania Rinjania. (2024). Analisis Dampak Sosial Boikot Produk Pro-Israel. *Moral: Jurnal kajian Pendidikan Islam*, 1(4), 324–330. <https://doi.org/10.61132/moral.v1i4.436>

- Indrawan, Y. W. (2025). Manajemen Pemasaran Ritel. *YPAD Penerbit*.
- Irawan, I. C., & Wabiser, K. (2025). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan toko ritel modern di Nabire dimediasi kepuasan pelanggan. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 14(1), 74-83.
- Kurniawan, R. S., Juhari, J., Zufriady, Z., & 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), Article 2. <https://doi.org/10.46306/vls.v4i2.276>
- Li, X., & Liu, A. Y. (2021). What drives consumer activism during trade disputes? Experimental evidence from Canada. *International Journal: Canada's Journal of Global Policy Analysis*, 76(1), 68-84. <https://doi.org/10.1177/0020702020968942>
- Lubis, R. B. 2024. "Survei GoodStats: Mayoritas Warga Indonesia Dukung Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel." <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-IOhHj>, diakses 3 September 2025.
- Lutfi, A. W. A., Rahman, A. H. A., Syarifuddin, N., & Yusoff, S. (2024). Boycott phenomenon from multiple societal perspectives. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(11), 954-959.
- Mairiza, D., Hasda, M., Winario, M., Assyifa, Z., & Irmawanti, I. (2024). Dampak Boikot Produk Afiliasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian di Indonesia. *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, 1(3), 37-46. <https://doi.org/10.69693/joembas.v1i3.53>
- Matthew B. Miles & Michael Huberman. (1994). Qualitative Data Analysis. <https://id.scribd.com/document/243224276/Miles-Huberman-Buku>
- Megan, Poiniski. 2022. "Unilever says Ben & Jerry's Israel business lawsuit is settled. Food Dive" <https://www.fooddive.com/news/unilever-ben-jerrys-israel-lawsuit-settled/638941/#:~:text=This%20summer%2C%20Unilever%20announced%20it,under%20full%20ownership%20of%20AQP>. diakses 11 September 2025.
- Meliana, D., Riswati, J., & Astuti, D. (2025). Analisis Perkembangan Bisnis Ritel Di Indonesia. *Journal of Business Economics and Management*, 01(03).
- 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.
- Muliono, M., & Nasuhaidi, N. (2024). Gerakan Sosial Anak Muda dalam Proses Demokrasi Elektoral 2024: Studi Gerakan Protes atas Politik Dinasti. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 9(4), 307-313. <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i4.4362>
- Mulyadi, M. (2012). Riset desain dalam metodologi penelitian. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 71-80.
- Mulyono, H., & Rolando, B. (2025). Consumer boycott movements: Impact on brand reputation and business performance in the digital age. *Multidisciplinary Reviews*, 8(9), 2025291. <https://doi.org/10.31893/multirev.2025291>

- Narayanan, S., & Singh, G. A. (2025). From Stimulus to Response: Understanding the Causes and Outcomes of Consumer Activism. *Journal of Consumer Behaviour*, 24(2), 820–845. <https://doi.org/10.1002/cb.2438>
- Nugraha, A. H., Dalimunthe, K. L., Zainal Abidin, & Yuliana Hanami. (2024). Gerakan Sosial Aksi Boikot Melalui Social Identity Model of Collective Action Pada Isu Bela Palestina. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 82–94. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i2.685>
- Nuzulmia, S. (2024). Pengaruh Social Media Campaign Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Pada Kampanye Boikot). *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(01), 495-505.
- PelitaPutri, S. A. (2025). Navigasi Boikot Produk Israel: Literasi Digital, Transparansi Produk, dan Penguatan Konsumsi Lokal. *Policy Brief Pertanian, Kelautan, dan Biosains Tropika*, 7(2), 1212-1216.
- Puspitalia, Y. S. (2015). Argumen dalam karya ilmiah dosen pada jurnal terakreditasi Al-Tahrir STAIN Ponorogo berdasarkan teori penalaran model Toulmin. *Widya Warta*.
- Rahayu, P. E. (2024). Pilihan Rasional Orang Tua Dalam Menentukan Pendidikan Dasar Pada Anak Di Desa Pule Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri (*Doctoral dissertation, IAIN Kediri*).
- Rifai, M. S. (2024). Product Sales Boycott Issues: Impact on Retail Store Product Sales Volume. *EKSYAR: Ekonomi Syari'ah dan Bisnis Islam (e-Journal)*, 11(1), 21-28.
- Riyanti, D., & Nisa, F. L. (2024). Dampak aksi boikot produk berafiliasi Israel terhadap pertumbuhan produk lokal di era konflik Israel-Palestina. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 68-80.
- 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. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36882>
- Roswinanto, W., & Suwanda, S. N. (2023). Religious boycott in Indonesia: Investigation of antecedents and the effect of religiosity dimensions. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 174–195. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0246>
- Rudi Hartono. (2025). Dampak Perubahan Perilaku Konsumen terhadap Kelangsungan Usaha Ritel Tradisional: Studi Kasus Pasar Sentral Pemangkat Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.761>
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suraji, M. H. R., & Muhammad Yasir, I. (2023). Dynamics of Consumer Boycotts: Exploring the Interplay of Expressive and Instrumental Factors. *Dinasti Information and Technology*, 1(2). <https://doi.org/10.38035/dit.v1i2>
- Susanto, S. E. (2025). Boikot Konsumen Muslim Indonesia terhadap Merek Global: Sebuah Kajian Tentang Faktor Emosi, Religiositas dan Isu Geopolitik.

- Advances in Management & Financial Reporting*, 3(3), 427–443.
<https://doi.org/10.60079/amfr.v3i3.548>
- Syarif, M., & Herman, S. (2024). The influence of social media on the decision to boycott Israel-affiliated products among the Muslim community in Jabodetabek. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2), 813–838.
<https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art10>
- Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. *Penerbit KBM Indonesia*.
- Umami, K., Zuliansyah, A., & Susanto, I. (2025). Pengaruh Kampanye Boikot Produk Pro Israel Terhadap Brand Image Dan Brand Loyalty Ditinjau Dalam Prespektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Pepsodent Di Kota Bandar Lampung). *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(03), 440-455.
- Wang, W., Zhang, Y., Wu, H., & Zhao, J. (2022). Expectation and Complaint: Online Consumer Complaint Behavior in COVID-19 Isolation. *Psychology Research and Behavior Management*, Volume 15, 2879–2896.
<https://doi.org/10.2147/prbm.s384021>
- Warren, N. L. (2021). Boycott or Buycott: The Aftermath of Corporate Activism. *NIM Marketing Intelligence Review*, 13(2), 32–37. <https://doi.org/10.2478/nimmir-2021-0014>
- Wisesha, P., & Na'im, A. (2025). Boikot Produk Israel Dari Perspektif Hukum Islam. *Yustisi*, 12(1), 529-540.
- Zahirah. (2025). Pengaruh Dampak Boikot Produk Pro-Israel terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Education, Social Sciences, and Linguistics: Conference Series*.
- Zahirah, R. A., Winata, B. N. N. A., Putri, S., & Zitri, I. (2025, March). Pengaruh Dampak Boikot Produk Pro-Israel terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *In Education, Social Sciences, and Linguistics: Conference Series* (Vol. 1, No. 1).
- Zayyadi, A., & Ubaidillah, U. (2024). Boycott In The Perspective Of The Quran: Interpretation Of Rejecting Actions That Reflect Justice And Unity Of The Ummah. *Al-Wijdān Journal of Islamic Education Studies*, 9(3), 434–457.
<https://doi.org/10.58788/alwijdn.v9i3.4891>
- 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*. <https://doi.org/10.1108/jima-02-2024-0096>