

## Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	11
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Literatur Teori.....	15
2.1.1 Teori Permintaan.....	15
2.1.2 Identity Based Motivation Theory.....	27
2.1.3 Consumer Etnosentrisme.....	29
2.1.4 Religiusitas.....	30
2.1.5 Boikot.....	31
2.2 Literatur Empiris.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	44

2.4 Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III .....	49
METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	49
3.1.1 Variabel Penelitian.....	49
3.1.2 Definisi Operasional .....	49
3.2 Subjek Penelitian.....	53
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	54
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	55
3.5 Desain dan Prosedur Eksperimen.....	55
3.6 Metode Analisis.....	59
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	59
3.6.2 Analisis Kuantitatif.....	60
3.6.2.1 Analisis McNemar .....	60
3.6.2.2 Analisis Logistik Multinomial.....	60
BAB IV .....	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Partisipan .....	65
4.1.1 Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.1.2 Partisipan Berdasarkan Usia .....	66
4.1.3 Partisipan Berdasarkan Pendapatan .....	66
4.1.4 Partisipan Berdasarkan Pengetahuan tentang Gerakan Boikot .....	67
4.1.5 Partisipan Berdasarkan Keterlibatan Gerakan Boikot.....	67
4.1.6 Partisipan Berdasarkan Durasi Mengikuti Gerakan Boikot.....	68
4.1.7 Partisipan Berdasarkan Keikutsertaan Organisasi Kepedulian .....	68
4.1.8 Partisipan Berdasarkan Tingkat Religiusitas .....	69
4.2 Analisis Deskriptif.....	69
4.3 Analisis Uji McNemar.....	73
4.4 Analisis Regresi Logistik Multinomial .....	76
4.4.1 Setelah Framing Informasi Boikot.....	77
4.4.2 Setelah Framing Harga Kopi Boikot .....	80
4.4.3 Setelah Framing Harga Kopi Lokal.....	84

4.5 Interpretasi Hasil .....	87
4.5.1 Hasil Eksperimen.....	87
4.5.2 Hasil Uji Mc Nemar.....	88
4.5.2 Hasil Regresi Logistik Multinomial .....	89
4.6 Pembahasan .....	92
4.6.1 Pengaruh Informasi Boikot terhadap Preferensi Konsumen.....	92
4.6.2 Pengaruh Harga dan Income terhadap Preferensi Konsumen .....	93
4.6.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Konsumen .....	94
4.6.4 Pengaruh Persepsi Boikot terhadap Preferensi Konsumen.....	96
4.6.5 Pengaruh Etnosentrisme terhadap Preferensi Konsumen .....	97
BAB V.....	99
PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	100
5.3 Saran.....	100
Daftar Pustaka.....	103
Lampiran .....	109

