

**PERAN *CONSUMER ANIMOSITY* DALAM MEMEDIASI
PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *BOYCOTT
BEHAVIOUR***

SKRIPSI



Oleh :

SENNA RAHMA AMELIA

802020008

**PROGRAM STUDI SARJANA PERDAGANGAN
INTERNASIONAL
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS 'AISYIYAH BANDUNG
2024**

**PERAN *CONSUMER ANIMOSITY* DALAM MEMEDIASI
PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *BOYCOTT*
BEHAVIOUR.**

(Studi Kasus Pada Produk yang Terafiliasi Dengan Negara Israel)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menyelesaikan Pendidikan Program Studi Sarjana
Perdagangan Internasional
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial
Universitas 'Aisyiyah Bandung**



Oleh :

SENNA RAHMA AMELIA

802020008

**PROGRAM STUDI SARJANA PERDAGANGAN
INTERNASIONAL
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS 'AISYIYAH BANDUNG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

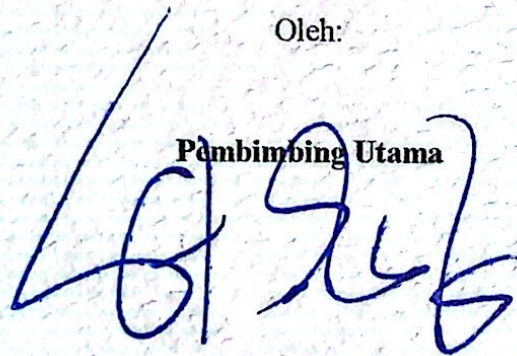
SENNA RAHMA AMELIA
NIM: 802020008

**PERAN CONSUMER ANIMOSITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH
COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP BOYCOTT BEHAVIOUR**

Skripsi ini Telah Disetujui Untuk Dipertahankan Pada Ujian Sidang Skripsi
Tanggal 06 Agustus 2024

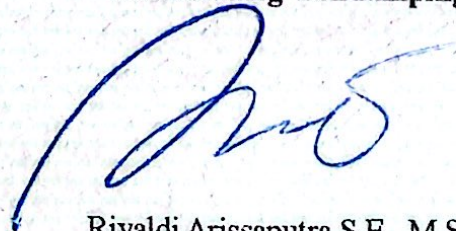
Oleh:

Pembimbing Utama



Asarekha Adjane Annisawati. S.E., MBA

Pembimbing Pendamping



Rivaldi Arissaputra. S.E., M.S.M

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul:

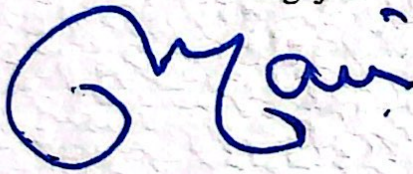
**PERAN *CONSUMER ANIMOSITY* DALAM MEMEDIASI PENGARUH
COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP *BOYCOTT BEHAVIOUR***

Disusun oleh:
SENNA RAHMA AMELIA
NIM. 802020008

Telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Sidang Skripsi Program Studi Sarjana Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas 'Aisyiyah Bandung, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima di Universitas 'Aisyiyah Bandung.

Bandung, 06 Agustus 2024

Penguji I



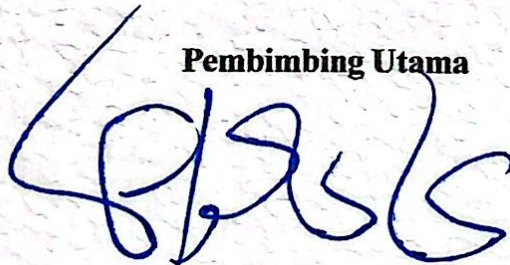
Maisa Azizah Asmara, S.E., M.M
NPP. 2023291189144

Penguji II



Abdul Rozak, S.E., M.Si
NPP.2021240878106

Pembimbing Utama



Asaretkha Adjane Annisawati. S.E., MBA

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Senna Rahma Amelia
NIM : 802020008
Program Studi : S1-Perdagangan Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiarisme atau penjiplakan/pengambilan karangan, pendapat atau karya orang lain dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah berjudul:

***“PERAN CONSUMER ANIMOSITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH
COUNTRY OF ORIGIN TERHADAP BOYCOTT BEHAVIOUR”***

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Bandung, 06 Agustus 2024



Senna Rahma Amelia

MOTO

Allah SWT mengetahui apa yang engkau inginkan. Tapi Allah tahu apa yang engkau butuhkan. Belajarlah untuk menerima apa yang menjadi ketetapan, karena yang terbaik adalah apa yang ar-Rahman pilihkan.

(HR. Tirmidzi)

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur kebadiran ALLAH SWT Tuhan semesta alam, atas berkat segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat dipermudah dalam menyelesaikan Skripsi ini sesuai waktu yang ditentukan dan sebagaimana mestinya. Tak lupa shalawat serta salam penulis limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman.

Ada pun tujuan penyusunan Skripsi ini untuk dapat memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar starta satu Program Studi Sarjana Perdagangan Internasional Universitas 'Aisyiyah Bandung. penulis merasakan dalam proses menyelesaikan Skripsi ini tidak sedikit menghadapi hambatan serta kesulitan baik teknis maupun non teknis. Namun, atas izin ALLAH SWT Tuhan yang Maha Esa, juga berkat usaha, doa, semangat, bantuan, bimbingan serta dukungan yang penulis terima baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini.

Dikesempatan ini penulis ingin membrikan terimakasih atas segala dukungan dan rasa bangga kepada keluarga tercinta, yang selalu memberikan *support* serta kasih sayang terhadap penulis dan juga memberikan doa serta dukungan moril maupun materi kepada penulis selama proses mengerjakan Skripsi ini. Terpenuhinya Proposal Skripsi ini tidak lepas berkat dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan kepada berbagai pihak, antara lain penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan Kesehatan dan karunia yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
2. Ade Isa Anshori sebagai suami yang telah hadir dan selalu memberi dukungan, dorongan, dan semangat kepada penulis.
3. Shanum Almahira Azkadina dan Shidqie Ukkasya Nataprawira, terima kasih sudah menjadi anak yang soleh dan solehah memberikan ambu waktu untuk menyelesaikan Skripsi ini tanpa hambatan dan gangguan berarti

4. Mamah Yuke Yumalia, Bapak Rachmat Wahyudin, Irfan Munir Aziz, Risya dan Gyan Pramudia Al-Fatih sebagai keluarga inti yang selalu ada dan bersedia dibuat susah selama penyusunan Skripsi ini.
5. Ibu Tia Setiawati, S.Kp., M.Kep., Ns.Sp., Kep.An, selaku Rektor Universitas 'Aisyiyah Bandung.
6. Ibu Siti Syabariyah, S.Kp., MS. Biomed, selaku wakil Rektor I bidang Akademik, Kemahasiswaan, Perpustakaan, Sistem Informasi Terintegrasi dan Perencanaan Strategi Universitas 'Aisyiyah Bandung.
7. Bapak Rivaldi Arissaputra, S.E., M.S.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas 'Aisyiyah Bandung.
8. Bapak Abdul Rozak, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Perdagangan Internasional Universitas 'Aisyiyah Bandung sekaligus sebagai dosen yang telah banyak memberikan pengetahuan dan berbagi ilmu serta wawasan selama penulis melakukan perkuliahan serta memberikan bimbingan.
9. Ibu Asaretkha Adjane Annisawati. S.E., MBA, selaku Dosen Pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta arahan dan bimbingan kepada penulis.
10. Bapak Rivaldi Arissaputra, S.E., M.S.M, selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik dan saran, dorongan semangat serta pengarahan kepada penulis.
11. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Sarjana Perdagangan Internasional, yang telah memberikan ilmu, wawasan, pemahaman, serta pengalamannya selama penulis melakukan perkuliahan di Program Studi Sarjana Perdagangan Internasional.
12. Seluruh Staff Administrasi Program Studi Perdagangan Internasional, atas informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti perkuliahan.
13. Teman-teman Program Studi Sarjana Perdagangan Internasional Angkatan Pertama (2020), yang bersama- sama kita telah melewati suka dan duka selama menimba ilmu di Program Studi Sarjana Perdagangan Internasional. Terimakasih sudah saling menguatkan dan selalu menjadi teman yang ada dan menerima segala kelebihan serta kekurangan penulis.

14. Teman Teman Program Studi Perdagangan Internasional disetiap angkatan nya
15. Semua pihak, yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang telah memberikan dukungan, bantuan, motivasi, dan ucapak semangat kepada penulis.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan Skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dari ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam Skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia menerima kritikan dan saran yang membangun.

Bandung, 07 Agustus 2024

Senna Rahma Amelia

ABSTRAK

Senna Rahma Amelia
802020008

PERAN *CONSUMER ANIMOSITY* DALAM MEMEDIASI PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP *BOYCOTT BEHAVIOUR*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Peran *Consumer Animosity* dalam Memediasi Pengaruh *Country of Origin* Terhadap *Boycott Behaviour*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif komparatif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden pria atau wanita dengan kisaran umur 25 tahun hingga 35 tahun keatas dan pernah mendengar atau mengetahui tentang tindakan aksi boikot terhadap produk yang terafiliasi dengan negara Israel, serta sampel yang digunakan adalah 100 responden di Jawa Barat yang menggunakan analisis verifikatif dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dengan metode *partial least square (PLS)* melalui program Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil *country of origin* terhadap *consumer animosity* $pvalue$ $0,02 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* sebesar $1,587 < 1,96$ yang artinya *country of origin* tidak berpengaruh terhadap *consumer animosity*, kemudian hasil uji hipotesis dari nilai *country of origin* terhadap *boycott behaviour* $pvalue$ kurang dari 0,05 dan nilai *t-statistic* sebesar $0,610 < 1,96$ yang artinya *country of origin* tidak berpengaruh terhadap *boycott behaviour*. Selanjutnya pada hasil penelitian *consumer animosity* berpengaruh signifikan terhadap *boycott behaviour* sesuai dengan hasil dari uji hipotesis pada penelitian diatas yang didapat nilai *t-statistic* sebesar 16,456 menunjukkan nilainya lebih besar dari 1,96. *Country of origin* dan *consumer animosity* secara sama – sama memiliki berpengaruh signifikan terhadap *boycott behaviour*, dengan persentase pengaruh sebesar 71,4%, sedangkan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Country of Origin, Consumer Animosity, Boycott Behaviour*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
MOTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Umum	8
1.3.2 Tujuan Khusus	8
1.4 Sistematika Penulisan	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teoritis	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran	11
2.1.2 <i>Consumer Behaviour (Perilaku Konsumen)</i>	12
2.1.3 <i>Country of Origin (Negara Asal)</i>	15
2.1.4 <i>Consumer Animosity</i>	18
2.1.5 <i>Boycott Behaviour</i>	20
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	21
2.3 Kerangka Pemikiran	26

2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Sumber Data.....	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.5 Operasional Variable	32
3.6 Metode Pengujian dan Analisis Data	38
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	45
4.1 Aspek Empiris	45
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.2 Karakteristik Responden.....	45
4.1.3 Profil Responden.....	45
4.2 Uji Kualitas Data.....	48
4.2.1 Pengujian Outer Model	48
4.2.2 Pengujian Inner Model	53
4.3 Uji Hipotesis.....	56
4.3.1. Pengaruh <i>Country of Origin</i> Terhadap <i>Consumer Animosity</i> (Studi kasus pada produk yang terafiliasi dengan negara Israel)	56
4.3.2 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap <i>Boycott Behaviour</i> pada produk terafiliasi negara Israel.....	58
4.3.3 Pengaruh <i>Consumer Animosity</i> terhadap <i>Boycott Behaviour</i> pada produk terafiliasi negara Israel.....	59
4.3.4 Pengaruh <i>Country of Origin</i> terhadap <i>Boycott Behaviour</i> melalui <i>Consumer Animosity</i> pada produk terafiliasi negara Israel	60
BAB V.....	62
Kesimpulan dan Saran.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dimensi Country of Origin	17
Tabel 2. 2 Dimensi Consumer Animosity	18
Tabel 2. 3 Dimensi Boycott Behaviour	20
Tabel 2. 4 Kerangka Pemikiran	27
Tabel 3. 1 Skala Likert	30
Tabel 3. 2 Angket Variable X.....	33
Tabel 3. 3 Angket Variabel Y	34
Tabel 3. 4 Angket Variabel Mediasi	36
Tabel 3. 5 Kriteria Penilaian PLS	40
Tabel 3. 6 Kriteria Penilaian PLS	40
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
Tabel 4. 4 Profil Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Mengetahui dan Melakukan	47
Tabel 4. 6 Nilai Loading Untuk Semua Konstruk	49
Tabel 4. 7 Outer Loading.....	50
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE).....	52
Tabel 4. 9 Composite Reliability	52
Tabel 4. 10 Cronbach Alpha	53
Tabel 4. 11 Nilai T-Statistic	54
Tabel 4. 12 Pengujian Hipotesis Pertama.....	57
Tabel 4. 13 Pengujian Hipotesis Kedua	58
Tabel 4. 14 Pengujian Hipotesis Ketiga	59
Tabel 4. 15 Pengaruh Country of Origin Terhadap Boycott Behaviour.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	70
Lampiran 2 Tabulasi Data	75
Lampiran 3 Formulir Persetujuan Hasil Revisi Sidang Akhir.....	95
Lampiran 4 Persetujuan Pengumpulan Skripsi.....	96
Lampiran 5 Bimbingan Skripsi	97
Lampiran 6 Riwayat Hidup	99

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Senna Rahma Amelia

NIM 802020008

Program Studi : Perdagangan Internasional

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas 'Aisyiyah Bandung Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Peran *Consumer Animosity* dalam Memediasi Pengaruh *Country of Origin*
Terhadap *Boycott Behaviour***

Hak bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas 'Aisyiyah Bandung berhak menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 06 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Senna Rahma Amelia

Mengetahui,

Tim Pembimbing

Nama

1. Asaretkha Adjane Annisawati.S.E., MBA

2. Rivaldi Arissaputra, S.E., M.S.M

Tanda tangan



DAFTAR PUSTAKA

- Adhandayani, A. (2020). *MODUL METODE PENELITIAN 2 (KUALITATIF)*. eLearning Esa Unggul.
- Administrator. (2023). MUI: Boikot Produk Pro Israel untuk Lemahkan Perekonomian Negara Zionis. *mui.or.id*, 1.
- Ahmed, Z. U., Johnson, J. P., Xia Yang, Chen Kheng Fatt, Han Sack Teng, & Lim Chee Boon. (2004). Does country of origin matter for low-involvement products? *International Marketing Review*, 21.
- Aji Pitoko, R. (2023). Mengenal BDS, Gerakan Palestina Lawan Israel Tanpa Kekerasan. *idntimes.com*, 1.
- Asyhari, A., & Yuwalliatin, S. (2022). Moderating role of customer value on the effect of animosity, ethnocentrism and religiosity toward purchase decision: Study on Chinese cosmetic. *Jurnal Siasat Bisnis*, 138–153. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss2.art2>
- Azharun. (2023). Fatwa Terbaru MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram. *mui.or.id*, 1.
- Blanco-Encomienda, F. J., Chen, S., & Molina-Munoz, D. (2023). The influence of country-of-origin on consumers' purchase intention: A study of the Chinese smartphone market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2023-0462>
- Chiu, H.-K. (2016). Exploring the Factors Affecting Consumer Boycott Behavior in Taiwan: Food Oil Incidents and the Resulting Crisis of Brand Trust. *International Journal of Business and Information*, 11.

- Daryanto, & Setyobudi. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. In *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media.
- Devita, E. M., & Agustini, M. Y. D. H. (2019). Country of Origin and Brand Image on Purchase Decision of South Korean Cosmetic Etude House. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 1(1), 55–70.
<https://doi.org/10.24167/jmbe.v1i1.2115>
- Dinata, Kumadji, & Hidayat. (2015). COUNTRY OF ORIGIN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERSEPSI KUALITAS DAN MINAT BELI. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25, 3.
- Eka Putra. (2023). Boikot Produk Israel dan Dukungan untuk Palestina. *news.detik.com*, 1.
- Faradilla, R. (2021). Boikot: Pengertian, Bentuk dan Faktor yang Memengaruhinya. *idntimes.com*, 1.
- Farhan, M. Y., & Kamal, M. (n.d.). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE (Studi Kasus pada Konsumen Nike di Kota Semarang)*.
- J. Moleong, L. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (38th ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Javier, M. F. (2023). Gerakan BDS: Upaya Mendesak Komitmen Perusahaan terhadap HAM. *Internasional NGO Forum On Indonesian Development*, 1.
- Jaya Iswara, A. (2020). Mengenal Asal Mula Kata Boikot, Berawal dari Kemarahan Petani. *Kompas.com*, 1.

- Kim, C., Yan, X., Kim, J., Terasaki, S., & Furukawa, H. (2022). Effect of consumer animosity on boycott campaigns in a cross-cultural context: Does consumer affinity matter? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 69, 103123. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103123>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. In *Marketing management* (15th ed., p. 260). Pearson Education.
- Listiana, E. (2012). Pengaruh Country Of Origin terhadap Perceived Quality Dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8, 21–47.
- Malau, H. (2017). Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global. In *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global* (1st ed., p. 225). ALFABETA.
- Melani, A. (2024). Perang Bikin Ekonomi Israel Terpukul pada Akhir 2023. *www.liputan6.com*, 2.
- Muhammad, I. (2023). Deretan Produk yang Paling Banyak Diimpor RI dari Israel. *Kompas.com*, 1.
- Muhammad, R. (2020). Surat al-Mumtahanah Ayat 8-9: Perintah Berbuat Baik Kepada Siapa Pun. *tafsiralquran.id*, 1.

- Munandar, A., Syafaat Yaasin, M., & Firdaus, R. A. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. *Tauhidinomics: Journal of Islamic Banking and Economics*, 3.
- Nugraha, J. A. (2023). Boikot adalah Menolak Bekerja Sama, Berikut Penjelasan dan Contohnya. *www.merdeka.com*, 1.
- Pratiwi, B., Raihanah, S., Jannah, K. M., & Saraswati. (2021). Analisis Pengaruh Intention to Boycott pada konsumen Produk Perancis di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan-JBMK*, 2, 1.
- Putri, A. M. H. (2023). Negara Dengan Umat Muslim Terbanyak Dunia, RI Nomor Berapa? *CNBC Indonesia*, 1.
- Republik Indonesia, S. K. (2023). Pernyataan Pers Presiden RI Terkait Perkembangan Konflik Palestina-Israel, 30 Oktober 2023, di Istana Merdeka, Jakarta. *Sekretariat Kabinet Republik Indonesia*, 1.
- Ringle, C. M., & Henseler, J. (2011). Multigroup Analysis in Partial Least Squares (PLS) Path Modeling: Alternative Methods and Empirical Results. *Emerald Group Publishing Limited*, 22.
- 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*. <https://doi.org/10.17358/jabm.6.2.379>
- Rizqi, Septiazi, & Yuliana. (2023). Analysis of the Influence of Social Media on the Boycott Movement of Israeli Products in Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2, 4.

Sadikin, A., Misra, I., & Hudin, M. S. (2020). Pengantar manajemen dan bisnis. In *Pengantar manajemen dan bisnis*. K-Media.

Satria, A. (2023). Konflik Palestina-Israel Kembali Memanas, Indonesia Konsisten Dukung Palestina. *Universitas Gadjah Mada*, 1.

Setyaningsih, R., Mangunwihardjo, S., & Soesanto, H. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi DOME di Surabaya). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 4. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v4i2.4247>

Tritjahjo, D. S. (2019). *Ragam dan Prosedur Penelitian Tindakan*. Satya Wacana University Press.

Utama, A. P., Simon, J. C., Nurlaela, F., Iskandar, I., & Arsyad, A. A. J. (2023). THE IMPACT OF THE BOYCOTT MOVEMENT ON ISRAELI PRODUCTS ON BRAND PERCEPTION AMONG MUSLIM CONSUMERS: AN ANALYSIS OF BRAND IMAGE AND CUSTOMER LOYALTY. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/10.15575/jb.v2i2.31922>

Utomo, S. B., Nurhayaty, E., Harsono, P., & Susilo, E. (2023). Analisis Pengaruh Country of Origin dan Pengetahuan Produk Terhadap Niat Pembelian melalui Evaluasi Produk (Studi Kasus: Distributor Elektronik Maspion). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 7. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i4.1706>

Vidya Perdana, A. (2018). Merkava IV, Salah Satu Tank Paling Mematikan di Dunia Buatan Israel. *internasional.kompas.com*, 1.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 2.

Yolanda, L., Helmi, R. A., Komaladewi, R., & Saputra, F. E. (2023). Etnosentrisme Konsumen, Kerentanan Pengaruh Normatif, Permusuhan Konsumen terhadap Kesiediaan untuk Membeli. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 424–438. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4787>