

DAFTAR PUSTAKA

- Arsika, M. P. (2024, Oktober 6). *Masih Ingat BDS Movement? Ini Daftar Produk yang Diboikot*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7573934/masih-ingat-bds-movement-ini-daftar-produk-yang-diboikot>.
- Budiansyah, M, A, Aqmala, D., Waluyo, E, D., & Setiawan, A. (2025). Pengaruh Harga Produk, Kualitas Produk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Aqua di Kota Kendal. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 156–170. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2322>.
- Chandra, P. (2023, November 14). *Daftar 91 Produk Pro-Israel Yang Diharamkan MUI, Banyak Merek Ternama Sering Dipakai*. Retrieved from akurat.co: <https://www.akurat.co/viral/1303283624/daftar-91-produk-pro-israel-yang-diharamkan-fatwa-mui-banyak-merek-ternama-yang-sering-dipakai>.
- Delgado, E. M. (2010). *Does Brand Trust Matter To Brand Equity*. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 14 No. 3, pp. 187-196.
- Diversitas, J. M., Sumarla, R., & Lubis, A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Sampoerna Retail Community (Src) Cokro Roso Di Jakarta*. 3(2), 31–45. <https://ejournal-jayabaya.id/Manajemen-Diversitas>.
- Fahrezi, A & Sukaesih. U (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategi)*, Cetakan Pertama. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 22* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenadhi, L. (2011). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akutansi*, Vol. 12, No.2.
- Hair, J. P. (2019). *Multivariate Data, Eighth Edition* . Cengage Learning EMEA.
- Husna, A. (2024, Januari 21). *Boikot Produk Pro-Israel: Tantangan Baru Manajemen Kinerja Bisnis di Era Digital yang Tidak Dapat Diabaikan*. Retrieved from kompasiana.com: <https://www.kompasiana.com/asmaulhusnah7704/65abd4f7de948f3c5d323e52/boikot-produk-pro-israel-tantangan-baru-manajemen-kinerja-bisnis-di-era-digital-yang-tidak-dapat-diabaikan>.

- Innayah, F., & Bashori, A. (2024). *Konstruksi Nalar Hukum Fatwa Pemboikotan Produk Terafiliasi Israel di Indonesia Pendahuluan*. 1, 102–130.
- Jonathan, W, W. J. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Sneakers Merek Adidas Dan Nike Di Kota Palembang. *Konsumen & Konsumsi : Jurnal Manajemen*, 2(3), 491–506. <https://doi.org/10.32524/kkjm.v2i3.856>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing 18e Global edition. In *Pearson* (Vol. 11, Issue 1).
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484>
 SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *MARKETING MANAGEMENT 15th*. Pearson Education Limited.
- Lee, L. d. (2005). *Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management.
- Maftukhah, M., & Wahyuning, D. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Fenomena Pemboikotan Produk Unilever (Studi Kasus Konsumen Produk Lifebuoy dari Brand Unilever di Indonesia). *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 67–79.
- Mariza, D., Hasda, M., Winario, M., Assyifa, Z., & Pahlawan Tuanku Tambusai, U. (2023). Dampak Boikot Produk Afiliiasi Pro Israel Bagi Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia. *Management, Business, Accounting Sustainability (JOEMBAS)Joembas JOEMBAS*, 1(3), 2024.
- Merek, P. C., & Dan, K. P. (2025). *Unilever Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam : (Studi Di Kota Bandar Lampung) Unilever Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam : (Studi Di Kota Bandar Lampung)*. 3(2).
- Meti, L., & Yohan, W. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 233–241.
- Nasution, T. A., & Adam, A. A. (2025). Analisis Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pizza Hut Delivery Medan Marelan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 5617–5627. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2846>.
- Nisa, F. I., Marslaa, P. H., & Afrinandi, G. (2025). *Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk , dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Mcdonald ' s (Studi Kasus pada Mahasiswa Kota Padang di Masa Boikot)*. 5(1), 27–33.

- Perdana,A. (2023, September 19). Bisa Dijadikan Alternatif Pengganti untuk Dijadikan Pilihan, ini Daftar Produk Lokal Pengganti Produk Israel. Retrieved from linggaupos.co.id: [Bisa Dijadikan Alternatif Pengganti untuk Dijadikan Pilihan, ini Daftar Produk Lokal Pengganti Produk Israel](#)
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>.
- Ramadhan, A. D., & Soebiantoro, U. (2025). *International Journal of Economics , Commerce , and Management The Influence Of Brand Image , Brand Awareness , and Brand Trust On Purchase Decisions Amidst The Boycott Issue : A Case Study of Starbucks in Surabaya*.
- Salam, A & Abdiyanti, S. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Wanita Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Kecamatan Sumbawa). *Accounting and Management Journal*, 6 (1), 60–68. <https://doi.org/10.33086/amj.v6i1.2204>.
- Sauqy, M. S., & Ariescy, R. R. (2025). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Purchase Decisions of McDonald’s in Surabaya. *Golden Ratio of Mapping Idea and Literature Format*, 6(1), 25–32. <https://doi.org/10.52970/grmilf.v6i1.1380>.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). The influence of brand ambassador, viral marketing and brand trust on the purchase decision of Nike shoes at Faculty of Economics and Bussines UNSRAT Student. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 841–850.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st–28th ed.). ALFABETA.
- Surialnto, Jesslyn, E., & Lusial Salvitri Setyo Utalmi. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Melalui Fitur Shopee Live Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Followers Lilybelledclothing Di Aplikasi Shopee). *Prologial*, 5(2), 382.
- Wardhana, B. (2024, Juli 1). *Campaign Viral Eyes On Rafah Berikan Dampak Positif Bagi Brand FMCG Lokal di E-commerce*. Retrieved from Kompas.co.id: <https://kompas.co.id/article/dampak-positif-boikot-pada-brand-fmcg-lokal/>.
- Wiyono. 2020. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SMARTPLS 3.2.8*. 2nd Ed. UPP STIM YKPN.