

DAFTAR PUSTAKA

- Achrol, R., & Kotler, P. (2016). Marketing's Lost Frontier: The Poor. *Markets, Globalization & Development Review: The Official Journal Of The International Society Of Markets And Development*, 1(1).
<https://doi.org/10.23860/Mgdr-2016-01-01-03>
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi. (2023). *PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI* (Vol. 3, Issue 1).
<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/>
- Agueni, R. P. D., & Suyanto, A. M. A. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Red Velvet Pada Azarine Cosmetic Terhadap Brand Image Dan Minat Pembelian Yang Memiliki Dampak Pada Keputusan Pembelian Penggemar K-Pop (Reveluv) Di Indonesia. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 8(1), 294. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V8i1.1356>
- Agustin, H. (2023). *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. CV. Mega Press Nusantara.
- Anwar, R. A., & Ramadhan, R. (2022). *PENTINGNYA PEMASARAN DALAM MENUNJANG PERKEMBANGAN BISNIS*.
- Aprilia Rahmasari, & Fauzatul Laily Nisa. (2024). Analisis Pasar Mengenai Kehalalan Dan Isu Boikot Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(3), 289–294.
- Azizah, S., & Prasetyo, A. (2019). STUDI KASUS PADA KANZ COFFEE & EATERY. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Budi, A. De, & Septiana, L. (2024). Memahami Asumsi Klasik Dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam Tentang Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Dan Autokorelasi Dalam Penelitian. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 03(01), 1–11.

- Budiman, A., & Erdiansyah, R. (2022). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Produk CV. Anugrah Kencana Makmur)*.
- CNBC Indonesia. (2023). *Ada Gerakan Boikot Israel, Saham Perusahaan Rontok Berjamaah*.
https://www.cnbcindonesia.com/research/20231126132123-128-492114/Ada-Gerakan-Boikot-Israel-Saham-Perusahaan-Rontok-Berjamaah?utm_source=chatgpt.com
- CNBC Indonesia. (2024a). *Akibat Boikot, Penjualan Induk Pizza Hut & KFC Merosot 3%*. https://www.cnbcindonesia.com/market/20240502085801-17-535083/Akibat-Boikot-Penjualan-Induk-Pizza-Hut-Kfc-Merosot-3?utm_source=chatgpt.com
- CNBC Indonesia. (2024b). *Bisnis Makanan Cepat Saji Makin Gurih, Terbaru Ada Ayam “Saudi”*.
https://www.cnbcindonesia.com/news/20241016175906-4-580313/Bisnis-Makanan-Cepat-Saji-Makin-Gurih-Terbaru-Ada-Ayam-Saudi?utm_source=chatgpt.com
- CNBC Indonesia. (2024c). *Kena “Tulah” Dari Israel, Kinerja McDonald’s Meleset-Saham Merosot*.
https://www.cnbcindonesia.com/news/20240206075746-4-512145/Kena-Tulah-Dari-Israel-Kinerja-Mcdonalds-Meleset-Saham-Merosot?utm_source=chatgpt.com
- D’Besto. (2024). *Tentang Kami - Dbesto*. <https://dbesto.id/tentang-kami/>
- D’besto. (2025a). *D’besto Bersama Laznas Yakesma Hadirkan Ambulance Untuk Warga Palestina*. <https://dbesto.id/dbesto-bersama-laznas-yakesma-hadirkan-ambulance-untuk-warga-palestina/>
- D’besto. (2025b). *D’besto Tegaskan Bantu Warga Palestina*. <https://dbesto.id/dbesto-tegaskan-bantu-warga-palestina/>

- d'Besto. (2025a). *Penyaluran Bantuan Makanan Siap Saji Dan Air Minum Untuk Masyarakat Palestina*. <https://Dbesto.Id/Penyaluran-Bantuan-Makanan-Siap-Saji-Dan-Air-Minum-Untuk-Masyarakat-Palestina/>
- d'Besto. (2025b). *Terpilihnya D'besto Sebagai Top Halal Award 2024 Kategori Fast Food Restoran Fried Chicken*. <https://Dbesto.Id/Terpilihnya-Dbesto-Sebagai-Top-Halal-Award-2024-Kategori-Fast-Food-Restoran-Fried-Chicken/>
- Denia, R., & Yohana, C. (2023). Pengaruh Sales Promotion Dan Hedonic Shopping Terhadap Impulse Buying Behavior Melalui Positive Emotion Pada Pengguna E-Commerce Di Jabodetabek. *Digital Business Journal (DIGIBIS)*, 2(1). <https://doi.org/10.31000/Digibis.V2i1>
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Dinta Pramana, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Tumbler Tupperware. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 268–279.
- Fakriza, R., Nurdin, R., Manajemen, M. J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Syiah Kuala, U., & Dosen,). (2019). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP BOIKOT DENGAN LOYALITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA KFC BANDA ACEH. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* (Vol. 4, Issue 1).
- Faroha, N. F., Febriansah, R. E., Yulianto, M. R., & Indayani, L. (2024). The Effect Of Sales Promotion, Product Quality, And E-Word Of Mouth On Shopee Live On Impulsive Buying Behavior Among University Students. In *International Journal Of Economics Development Research* (Vol. 5, Issue 2).

- Fauziah, U. U., Eldine, A., & Sume, S. A. (2019). *Sales Promotion Dan Harga Terhadap Volume Penjualan* (Vol. 2, Issue 1). [Http://Ejournal.Uikabogor.Ac.Id/Index.Php/Manager/Index](http://Ejournal.Uikabogor.Ac.Id/Index.Php/Manager/Index)
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girsang, A. C., Solihati, K. D., Stia, P., & Jakarta, L. (2023). *Analisis Manajemen Strategi Dalam Menangani Krisis (Studi Kasus Pemboikotan Produk Mcdonald's 2023)*.
- Goodstats. (2024a). *Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel: Mengupasnya Dari Perspektif Sosiologi & Branding*. <https://Goodstats.Id/Article/Aksi-Boikot-Produk-Terafiliasi-Israel-Mengupasnya-Dari-Perspektif-Sosiologi-Dan-Branding-Qmawd>
- Goodstats. (2024b). *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?Utm_Source=Chatgpt.Com
- Goodstats. (2025). *Seberapa Sering Gen Z Konsumsi Makanan Cepat Saji?* <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Seberapa-Sering-Gen-Z-Konsumsi-Makanan-Cepat-Saji-CBDA2>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2021). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., & Aurelia, A. N. (2024). *Dampak Gerakan Boikot Pada Produk Mcdonald's Indonesia Melalui Analisis Citra Merek, Loyalitas Konsumen, Dan Minat Beli*.
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Ar-Raniry Press.

- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). *Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel* (Vol. 3).
- Katadata. (2023). *TOP BRAND SURVEY FAST FOOD*.
- 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.
- Media Indonesia. (2025). *Fatwa Boikot MUI Perkuat Industri Nasional*. https://mediaindonesia.com/humaniora/774343/fatwa-boikot-mui-perkuat-industri-nasional?utm_source=chatgpt.com
- Munandar, A., Syafaat Yaasin, M., & Ardian Firdaus, R. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. In *Tauhidinomics: Journal Of Islamic Banking And Economics* (Vol. 3, Issue 1).
- Mustafidah, H., & Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. UM Purwokerto Press.
- Natalia, C., Guard, B., Mirza, D. F., & Harahap, N. (2024). The Effect Of Sales Promotion, Personal Salling And Customer Confidence On Purchasing Decisions On Pengaruh Promosi PT Sukses Maju Bangunan Medan. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). [Http://journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej](http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej)
- Naufalariq, S. G., & Yuliana, E. (2024). Driving Consumer Purchase Decisions Through Product Innovation: A Study On Fashion Msmes In Bandung City (Indonesia). In *Studies In Big Data* (Vol. 163, Pp. 419–432). Springer Science And Business Media Deutschland Gmbh. https://doi.org/10.1007/978-3-031-73632-2_35
- 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.

Nurlatifah, F., Ariyanti, M., & Iskanto, D. (2025). The Effect Of Social Media Marketing On Purchase Intention: The Mediating Role Of Brand Image And Brand Trust. *Quality - Access To Success*, 26(205), 443–450. <https://doi.org/10.47750/QAS/26.205.45>

Putri Utami, H., & Indra Prawisti, I. (2023). *DAMPAK BOIKOT PRODUK MAKANAN AMERIKA TERHADAP PERKEMBANGAN PRODUK MAKANAN LOKAL INDONESIA*. https://www.researchgate.net/publication/376850687_DAMPAK_BOIKOT_PRODUK_MAKANAN_AMERIKA_TERHADAP_PERKEMBANGAN_PRODUK_MAKANAN_LOKAL_INDONESIA

Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

Republika. (2024). *Aksi Boikot Produk Pro-Israel Ternyata Berdampak Positif Bagi UMKM Lokal, Ini Buktinya*. https://ekonomi.republika.co.id/berita/S6yex6349/Aksi-Boikot-Produk-Proisrael-Ternyata-Berdampak-Positif-Bagi-Umkm-Lokal-Ini-Buktinya?utm_source=chatgpt.com

Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2007). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.

Risqi, M., Septiazi, F., & Yuliana, N. (2023). *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GERAKAN BOIKOT PRODUK ISRAEL DI INDONESIA*. 2(4), 2023–2054.

Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat Dengan SPSS*. Elex Media Komputindo.

Satria, E. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DITINJAU DARI PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS*

PRODUK (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Berkah Desa Lempur Danau).

Setyo Kurniawan, R., Holanda, S., Manajemen, M., & Pertiba, U. (2024). *EFEKTIVITAS SERUAN AKSI BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA BAGI PRODUK LOKAL*. 4. <https://doi.org/10.46306/Vls.V4i2>

Sormin, S. K., Diba, F., & Malik, M. (2024). *Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel* (Vol. 3).

Suara.Com. (2023). *Boikot Produk Dukung Israel, Ini 5 Brand Ayam Goreng Lokal Yang Lebih Murah Dan Gak Kalah Enak!* <https://www.suara.com/lifestyle/2023/11/02/161755/Boikot-Produk-Dukung-Israel-Ini-5-Brand-Ayam-Goreng-Lokal-Yang-Lebih-Murah-Dan-Gak-Kalah-Enak>

Sugiyono. (2022). *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.

Tiara Salsabila Fasya, Maya Ariyanti, & Yusza Redita Murti. (2024). Pengaruh Price, Product Quality, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Iphone: Studi Kasus Pengguna Iphone Di Kota-Kota Besar. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8). <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i8.4044>

Wangsa, I. N. W., Rahanatha, G. B., Yasa, N. N. K., & Dana, I. M. (2022). The Effect Of Sales Promotion On Electronic Word Of Mouth And Purchase Decision (Study On Bukalapak Users In Denpasar City). *European Journal Of Business And Management Research*, 7(2), 176–182. <https://doi.org/10.24018/Ejbmr.2022.7.2.1353>

Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Blibli.Com). *Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–11.

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif*. 3(2).

Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/10.32528/Jmbi.V4i1.1716>

Zuleika Wahyudi, V., Ariyanti, M., & Kharisma, M. (2024). *The Influence Of Sales Promotion And E-Service Quality On Purchase Decisions In Watsons Indonesia E-Commerce* (Vol. 03).