

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, S. G. C. (2023). PENGARUH FINTECH (FINANCIAL TECHNOLOGY) “DIGITAL PAYMENT” TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di Perumahan Universitas Terbuka Kabupaten Bogor) SKRIPSI [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH]. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73379%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73379/1/11160150000093](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73379%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73379/1/11160150000093%28Watermark%29.pdf) - Sutrawan Gatta Cakra Aji %28Watermark%29.pdf
- Alwi, A. (2018). Karakteristik Masyarakat Islam Melayu. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 3(2), 91–102. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/psikoislamedia.v3i1.2869>
- Amelia, D., Setiaji, B., Primadewi, K., Habibah, U., Lounggina, T., Peny, L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., Setiaji, B., & Dharta, F. Y. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Ariska, S. (2022). Persepsi Pembeli Terhadap Pengguna Endorsment Saat Pandemi Covid-19 (Komunikasi Pemasaran Studi Pada Online Shop “Staystun”). *Repository.Radenfatah.Ac.Id*, 19, 1–90. <https://repository.radenfatah.ac.id/22504/>
- Azhari, M. I., Fanani, D., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan

(Survei Pada Pelanggan Kfc Kawi Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 28(1), 143–148.

Badan Pusat Statistik Kota Palembang. (2024). KOTA PALEMBANG DALAM ANGKA 2024. In *Palembang dalam angka* (Vol. 19). BPS Kota Palembang.

Barghouti, O. (2021). BDS: Nonviolent, Globalized Palestinian Resistance to Israel's Settler Colonialism and Apartheid. *Journal of Palestine Studies*, 50(2), 108–125. <https://doi.org/10.1080/0377919X.2021.1906067>

Bogiarto, W. (2024). *Aliansi Masyarakat Sumsel Ajak Boikot Produk Israel*. Republik Merdeka Kantor Berita Politik & Ekonomi RMOLID. <https://rmol.id/politik/read/2024/06/09/623640/aliansi-masyarakat-sumsel-ajak-boikot-produk-israel>

BPS. (2024). *Jumlah Penduduk Menurut Agama di Sumatera Selatan Tahun 2019-2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. <https://sumsel.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTg0IzE=/jumlah-penduduk-menurut-agama-di-sumatera-selatan-tahun-2019-2022.html>

Budi, C. S. (2023). *Ribuan Umat Muslim Palembang Turun ke Jalan Bela Palestina*. DetikSumbagsel. <https://www.detik.com/sumbagsel/berita/d-7010281/ribuan-umat-muslim-palembang-turun-ke-jalan-bela-palestina.%0A>

Calista, L. A., Riyandini, A., Windasari, P., & Amalin, K. (2024). Manajemen Komunikasi McDonald's Indonesia Dalam Mengembalikan Kepercayaan

- Masyarakat. *ANALOGI Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 58–70.
<https://doi.org/10.61902/analogi.v2i2.1017>
- Christie, R., Ma'rifa, G. S., & Priliska, J. A. (2024). Analisis Konflik Israel dan Palestina Terhadap Pelanggaran Hak Asasi Manusia Dalam Perspektif Hukum Internasional. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 349–358.
<https://journal.upy.ac.id/index.php/pkn/article/view/6178>
- Cialdini, R. B. (1998). Influence: The Psychology of Persuasion. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 46(4), 1556–1562. <https://doi.org/10.1021/jf970693b>
- Cruz, B. de P. A. (2013). Boicote De Consumidores Em Relação À Responsabilidade Social Corporativa: Proposições a Partir Do Contexto Brasileiro. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 7(1), 19–34. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v7i1.547>
- Cruz, B. de P. A. (2017). Boicote Social. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios*, 19(63), 5–29. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.2868>
- Davlembayeva, D., & Papagiannidis, S. (2022). Social Influence Theory: A review. In S. Papagiannidis (Ed). In *Theoryhub book*. Theoryhub.
- Dempsey, J. (2024). *McDonald's to buy back Israeli restaurants after boycotts*. BBC News. <https://www.bbc.com/news/business-68735706>
- Dewi, R. F., Hutapea, R. S., & Irawan, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap LoyalitasPelanggan Fintech. *Indonesian Accounting*

Literacy Journal, 03(02), 189–194.

Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada The Hungry Burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>

Fauzi, N. K., P, E. N., Sutjipto, V. W., Studi, P., Komunikasi, I., & Jakarta, U. N. (2024). PENGARUH TERPAAN BERITA BOIKOT PRODUK PRO ISRAEL DI MEDIA ONLINE KOMPAS . COM TERHADAP PERSEPSI. *Kaganga Komunika: Journal Of Communication Science*, 6(November), 219–228. <https://doi.org/10.36761/kagangakomunika.v6i2.4913>

Fernanda, S. O. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja online di shoope*.

Hasanah, A. N., Luqman, Y., & Dwiningtyas, H. (2024). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MENGENAI PRODUK BOIKOT DAN KONFLIK PALESTINA – ISRAEL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BOIKOT. *Interaksi Online*, 12(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47482>

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>

Hermawan, J., & Junaidi, A. (2025). Pengaruh Kampanye Boikot melalui Media

- Sosial X terhadap Keputusan Pembelian Produk M. *Prologia*, 9(1), 215–222.
- Hisan, K., Gusnadi, A., Akmal, F., Aurelia, A. N., & Maesaroh, S. S. (2024). Dampak Gerakan Boikot Pada Produk McDonald ' s Indonesia Melalui Analisis. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 19150–19163. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0ADampak>
- Iksan Ongko Widjoyo, Leonid Julivan Rumambi, & Yohanes Sondang Kunto. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–12. <https://www.neliti.com/id/publications/140676/analisa-pengaruh-kualitas-layanan-terhadap-kepuasan-konsumen-pada-layanan-drive>
- Jaelani, A., & Nursyifa, Y. (2024). Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2312–2327. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12162>
- Jelita, A., & Akhirul, N. (2024). Vigilantisme Digital dalam Aksi Boikot Produk Israel di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6, 145–160.
- Khoiruman, M., & Wariati, A. (2023). Analisa Motivasi Boikot (Boycott Motivation) Terhadap Produk Mc Donald Di Surakarta Pasca Serangan Israel Ke Palestina. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 10(2), 247–257. <https://doi.org/10.36587/exc.v10i2.1582>
- Klein, J. G., Smith, N. C., & John, A. (2004). Why we boycott: Consumer

motivations for boycott participation. *Journal of Marketing*, 68(3), 92–109.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.3.92.34770>

Kumara, Z. D. P. (2024). Analysis of the " Boycott Israel " Movement on the Policy of Importing Pro-Israel Products to Indonesia. *PERSPEKTIF*, 13(3), 727–735. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i3.11511>

Lubis, A. F., Anggraini, A. maria T., Toha, K., Kagramanto, L. B., Hawin, M., Sirait, N. N., Prananingtyas, P., Sukarmi, Maarif, S., & Silalahi, U. (2017). *Hukum Persaingan Usaha*.

Lubis, R. R. (2024). *Survei GoodStats: Mayoritas Warga Indonesia Dukung Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-IOhHj>

Machali, I. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mahmudah, N. (2023). *HUKUM DUKUNGAN TERHADAP PERJUANGAN PALESTINA*. Muidigital. <https://mui.or.id/baca/fatwa/hukum-dukungan-terhadap-perjuangan-palestina>

Mardiana, S. (2013). Peranan Komunikasi Pemasaran dalam Membentuk Perilaku Konsumen. *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 40–46.

- Mauludin, M. S., Saputra, A. D., Sari, A. Z., Munawaroh, I., & Regita, E. (2022). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- McDonald's. (2024). *Tentang Kami*. McDonlad's. <https://www.mcdonalds.co.id/>
- Murdiyanto, E. (2020). *PENELITIAN KUALITATIF (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)* (edisi 1). Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). Stastitika Seri Dasar Dengan SPSS. In *CV. Media Sains Indonesia*. CV. Media Sains Indonesia.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- PALEMBANG, B. P. S. K. (2019). *Letak Geografis dan Batas Wilayah Kota Palembang*. BADAN PUSAT STATISTIK KOTA PALEMBANG. <https://palembangkota.bps.go.id/id/statistics-table/1/ODYjMQ==/letak-geografis-dan-batas-wilayah-kota-palembang.html>
- Palembang, P. K. (2024). *Sejarah Kota Palembang*. Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Palembang. <https://palembang.go.id/profil/sejarah-kota-palembang>
- Pranogyo, D. A. B., & Hendro, J. (2024). *KOMUNIKASI PEMASARAN*

TERPADU: TEORI DAN PRAKTIK EFEKTIF Panduan Komprehensif untuk Menguasai IMC, Perilaku Konsumen, dan Strategi Pemasaran Modern. CV. Eureka Media Aksara.

Prasetyo, F. D., Pradana, I. S., Bagaskara, M. T., & Althaf, S. (2024). Pembentukan Opini Publik Melalui Gerakan Boikot Produk Israel. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 548–557. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13731814>

Pratama, A. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Sadis Tembung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 100–118. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v1i3.621>

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (Issue 112). Pacal Books.

Putri, A. E. (2018). *Perilaku Konsumen Online Sebagai Embedded Smartphone Dikalangan Pekerja.* Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Rahayu, M. M., Wahyudyanti, R., Utama, A. P., Rahmawati, A., & Maryati, M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Pada Online Shopping Selama Bulan Ramadan: Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 294–304. <https://doi.org/10.15575/jim.v4i1.24999>

Rahmani, A. N. (2023). Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham Dan Minat Beli Masyarakat Produk Pendukung Israel. *Academy of Education*

Journal, 14(2), 1444–1456. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.2104>

Rahmawati, N. (2013). Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Iklan Sabun Mandi Lux Terhadap Perilaku Konsumen Di Kelurahan Sungai Dama Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 362–373.

Ramadany, R. (2024). *BUKU SAKU DIGITAL PENGGUNAAN SPSS VER.29*. FISIP IAN UPR.

Razak, M. (2016). *Prilaku Konsumen* (Issue 112). Alauddin University Press.

Saha, M. I. El. (2023). *Boikot sebagai Jihad yang Sah*. Kementrian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/opini/boikot-sebagai-jihad-yang-sah-DrYGM>

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.

Salsabilla, W. A. (2024). *Mayoritas Masyarakat Indonesia Aware terhadap Isu Boikot Produk Israel dan Pendukungnya*. GoodStar. <https://data.goodstats.id/statistic/mayoritas-masyarakat-indonesia-aware-terhadap-isu-boikot-produk-israel-dan-pendukungnya-1D0B6>

Sari Anita, Dahlan, Tuhumury Nicodemus August Ralph, Prayitno Yudi, Siegers Hendry Willem, Supiyanto, & Werdhani Sri Anastasia. (2023). *Dasar - Dasar Metodologi Penelitian*. CV. Angkasa Pelangi.

Septyaningsih, I. (2023). *Marak Ajakan Boikot, McDonald's Raih Top Halal Award 2023*. Republika. <https://sharia.republika.co.id/berita/s2q0zf490/marak-ajakan-boikot-mcdonalds-raih-top-halal-award-2023?question-index>

Sinaga, H. F., & Bancin, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN DESAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BERMOTOR YAMAHA MIO PADA PT.ALFA SCORPII BILAL MEDAN. *JURNAL GLOBAL MANAJEMEN*, 10(1), 54–65.

Sormin, S. K., & Malik, F. D. M. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3114–3120.
<https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12443>

Subakti, E. (2024). *Mengenal Mayoritas Agama di Palembang, Sumatera selatan dengan Keberagaman Budaya dan agama, Cek yuks!* Sumeks Radio News.
<https://sumeksradio.disway.id/read/10459/mengenal-mayoritas-agama-di-palembang-sumatera-selatan-dengan-keberagaman-budaya-dan-agama-cek-yuks>

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sutrisno, Affandi, H. S., Lanonci, L., Hamka, R. A., & Taufik, E. R. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(7), 4128–4141.
<https://doi.org/1047467/elmal.v5i7.4403>

Syarifuddin, Supriyanto, Prasetyo, A., Ayu, C., Afrilia, S. D., Farhana, Yunita, F., Suhayat, H., Lazio, I., & Maria, I. (2022). *Khazanah Kota Palembang*. Bening media Publishing.

Titissari Ailmi, & Lativa Hartiningtyas. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas, Dan

- Promosi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Pia Ethes Trenggalek. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 488–497. <https://doi.org/10.56799/peshum.v1i5.572>
- 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), 56–69. <https://doi.org/10.15575/jb.v2i2.31922>
- Veronica, A., Abas, M., & Hidayah, N. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Wahdiyana, F., Sari, S. P., Muslikhah, F. P., Ernawati, E., & Nirwana, T. P. (2024). Israel Dalam Gerakan Solidaritas Terhadap. *Sahid Da'watii Dedicate*, 01, 29–37. <https://doi.org/https://doi.org/10.56406/sahiddawatiidedicate.v1i02.470>
- Wardani, D., Veronica, M., & Wulandari, T. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Eonnie KPOP Store Palembang. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 6437–6447.
- Wibowo, A. (2020). *Perilaku Konsumen dan Hubungan Masyarakat*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wibowo, P., Hapsari, R. D., & Ascha, M. C. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Journal Publicuho*,

7(1), 382–395. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>

Wulandari, N., & Saepudin. (2024). KAMPANYE GERAKAN BOIKOT PRODUK PENDUKUNG ISRAEL TERHADAP MCDONALD'S INDONESIA PADA AKUN TIKTOK @CALON_SURGA8 1Nanda. *Argopuro: Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*, 3(6). <https://doi.org/DOI:10.8734/argopuro.v1i2.365> Copyright

Yaser, M., Moflih, Y., Benabdelouahed, R., & El Abdellaoui, M. (2023). Impact de la Communication de Crise Sur la Réputation de l'Entreprise - Cas des Réseaux Sociaux Boycott au Maroc. *European Scientific Journal, ESJ*, 19(16), 254. <https://doi.org/10.19044/esj.2023.v19n16p254>

Yulianingsih, T. (2023). *McDonalds Israel Diboikot Gara-Gara Sumbang 4.000 Makanan Lebih ke Tentara Israel, Muslim Dunia Serukan Boikot McD*. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/global/read/5423828/mcdonalds-israel-diboikot-gara-gara-sumbang-4000-makanan-lebih-ke-tentara-israel-muslim-dunia-serukan-boikot-mcd?page=2>