

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. dan Biel A. L. (1993). *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Builng Strong Brands*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Das, S. V. A., & Ravi, N. (2021). A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction. *Asian. Journal of Economics, Finance and Management*, 48–56.
- Dhasarathi, S., & Kanchana, P. N. (2022). Branng Towards Customer Loyalty On Apparels By The Customers Of Selected Cities Of Tamilnadu
- Fakhrurrazi., Nirzalin., & Yunanda. (2020). Gerakan Sosial Dan Model Agensi Dalam Aksi Pemberantasan Narkoba Kota Lhokseumawe. *Jurnal Sosiologi*, 3(1), 1-8.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). Kewirausahaan (Dasar dan Konsep). *Buku, September*, 1–207.
- Garrett, D. E. (1987). The Effectiveness of Marketing Policy Boycotts: Environmental opposition to marketing. *Journal of Marketing*, 51(2), 46–57
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas ponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Esi 10*. Badan Penerbit Universitas ponegoro.
- Giddens, Anthony. (2010). *Teori Strukturasi, Dasar-Dasar Pembentukan Struktur Sosial Masyarakat*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Gupta, A., Yousaf, A., & Mishra, A. (2020). How pre-adoption expectancies shape postadoption continuance intentions: An extended expectation-confirmation model. *International Journal of Information Management*, 52, 102094.
- Haque, M. G., Puspita, P., & Zulfison, Z. (2024). Antisipasi Pemasaran Saat Boikot Produk Lingkungan Konsumen Muslim Dunia Dan Indonesia Terja: Stu Literatur. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 189–212. <https://doi.org/10.56145/jurnalekonomidanbisnis.v4i1.176>
- Harahap, B. I., Nazer, M., & Andrianus, F. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Belanja Online Kota Solok. *Technology Acceptance Model*, 11(1).
- Keller (2020). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta : Prenhalindo
- 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>

- Matondang, R. S., & Nasution, A. I. L.. (2024). Dampak boikot Terhadap Anjloknya Harga Saham PT. Unilever. *ALMashrafiyah*, 8, 44
- Munadiyan, A. El. (2024). *Pengaruh Gerakan Boikot Terhadap Asosiasi Merek Yang*. 6(2), 120–125.
- Nurhalim, A. D. (2020). Pengaruh Brand Image Gojek terhadap Loyalitas Konsumen (Stu Kasus Efek Covid 19 Konsumen Karawaci Tegal Baru Tangerang). *Jurnal Bina Manajemen*.
- Ridwan, N., & Fakriza, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 206–216.
- Sucidha, I. (2024). Pengaruh Kampanye Boikot Produk Kecantikan Terhadap Brand Loyalty dan Brand Image: Stu Pada Konsumen Milenial. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 5693–5705.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutiyono, B., & Brata, H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajutama Osaka Steel. *nasti International. Journal of Education Management and Social Science*, 1(6), 945–967.
- Sutrisno, Affan, H. S., Lanonci, L., Hamka, R. A., & Taufik, E. R. (2024). Perilaku Konsumen Terhadap Boikot Produk Israel. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(7), 4128–4141. <https://doi.org/1047467/elmal.v5i7.4403>
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumea
- Wahyuni, Gusthia. (2024). *Pengaruh Pemasaran Relasional dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Waralaba Internasional Tengah Konflik Palestina (Studi Pada Konsumn McDonald's Kota Bandar Lampung)*. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Yusuf, R. I., Ham, A., & Fitriana, R. (2023). Suara Perlawanan: Bagaimana Mahasiswa Menggunakan Pembangkangan Sipil pada Unjuk Rasa Tolak Kenaikan BBM Indonesia. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(2), 114–125
- <https://www.lemhannas.go.id>, akses pada tanggal 1 November 2024
- <https://siarpost.com>, akses pada tanggal 12 Agustus 2025
- <https://www.goodnewsfromindonesia.id>, akses pada tanggal 28 Maret 2025
- <https://www.pitutur.id>, , akses pada tanggal 22 Oktober 2024
- <https://www.akupintar.id>, akses pada tanggal 22 Oktober 2024
- <https://glints.com>, akses pada tanggal 22 Oktober 2024

<https://www.britannica.com>, akses pada tanggal 28 Maret 2025

<https://ntt.kemenag.go.id>, akses pada tanggal 22 Oktober 2024

<https://www.ctio.id>, akses pada tanggal 22 Oktober 2024

<https://eprints.umm.ac.id>, akses pada tanggal 22 Oktober 2024

<https://www.unilever.co.id>, akses pada tanggal 13 Mai 2025¹¹

<https://gilib.unimed.ac.id>, akses pada tanggal 18 Agustus 2025