

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, F., Nuraeni, T., Kee, C. P., & Rahim, M. H. A. (2011). Pemediaan Produk dan Penggunaan Logo Starbucks Coffee. *Jurnal Komunikasi*, 27(1), 73–90.
- Amarudin, A. A., Ananta, N. R., Khusna, N. N., Berliani, R. J., & Oktavianah, S. (2024). Analisis Literasi Halal Dan Preferensi Produk Yang Diboikot Pada Mahasiswa Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. *Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 210-222.
- Annisa, F. (2023). *Daftar Produk “Kesayangan” Israel yang Banyak Digunakan Warga Indonesia*. <https://www.metrotvnews.com/read/NxGCzq0W-daftar-produk-kesayangan-israel-yang-banyak-digunakan-warga-indonesia>
- Dwi Fitri, Anismar, Muhammad Fazil, dan Cut Wardatul Ula. (2021). SMARTPHONE SEBAGAI GAYA HIDUP MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA FISIP 2018). *Jurnal Jurnalisme Edisi*, 1 Volume 10 April 2021
- Aswir F Badjodah, Mahmud Husen, & Saiful Ahmad. (2021). DINAMIKA KONFLIK DAN UPAYA KONSENSUS PALESTINA-ISRAEL (Studi Kasus Perjanjian Perdamaian Oslo (Oslo Agreement) Tahun 1993). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(3), 409–420. <https://doi.org/10.53625/ijournalcakrawalaindonesia.v1i3.619>
- Aulia, Z., Bimantoro, B., Wibowo, A. D., & Kurniawan, M. (2024). Pengaruh Boikot Produk Unilever Dan Lapangan Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Tahun (2014-2023). *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(3), 198–211. <https://doi.org/10.61132/santri.v2i3.614>
- Bin Mohd Yunus, A., Binti Abd Wahid, N., & Bin W Hassan, W. S. (2015). HUKUM BOIKOT BARANGAN ISRAEL BERDASARKAN KEPADA FIQH AL-JIHAD. *Jurnal Infad*, 135–160
- El Saha, M. I. (2023). Boikot sebagai Jihad yang Sah. Kementerian Agama RI
- Felicia, F., & Loisa, R. (2019). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*, 2(2), 352. <https://doi.org/10.24912/kn.v2i2.3906>
- Gosal, G. A., Tumbel, A., & Wenas, R. (2019). Analisis Perbandingan Keputusan Pembelian Produk Coca-Cola Dan Pepsi Cola : Studi Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 191–200.
- Hariyani, I. (2016). Peran Jaringan Sosial Pada Kampanye Lingkungan Di Media Sosial: Kasus Kampanye Melawan Asap. *Informasi*, 46(1), 87. <https://doi.org/10.21831/informasi.v46i1.9652>
- Hartono, D. (2018). Analisis Saham Dengan Metode Guppy Multiple Moving Average Study Kasus : Pergerakan Saham Unilever Periode Januari – Desember 2017. *Jurnal Ekonomi*, volume 20, 300–315.
- Herman, A., & Nurdiansa, J. (2010). Analisis Framing Pemberitaan Konflik Israel - Palestina dalam Harian Kompas dan Radar Sulteng. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8,(Mei-Agustus 2010), 154–169.
- Husna, K., Hafidzi, A., & Hanafiah, M. (2023). Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa Dsn Mui Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin. *Indonesian*

Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory (IJIJEL), 1(4), 868–876.
<https://shariajournal.com/index.php/IJIJEL>

Isdriani, & Islamudin, M. S. (2023). Pengaruh Tipografi Pada Logo Coca-Cola Dalam Membangun Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(13), 349–361.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.8151269>

Kusuma, R. A. (2018). *PENGARUH SELF BRAND CONNECTION DALAM MEMEDIASI KREDIBILITAS HANIF SJAHBANDI SEBAGAI ENDORSER BRAND PUMA TERHADAP BRAND EQUITY*.

Maheswara, B. A. Y. (2022). *Analisis Model Bisnis Keju Kraft*. 1–9

Mardeson, E., & Mardesci, H. (2022). Fenomena Boikot Massal (Cancel Culture) Di Media Sosial. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 174–181. <https://doi.org/10.61069/juri.v1i3.27>

Majid, S. F. A., Khairuldin, W. M. K. F. W., Ajmain, M. T., & others. (2019). *Dampak Pemboikotan Produk Pro Israel Fatwa Dsn Mui Nomor 83 Tahun 2023 Bagi Warung Rumahan Di Kota Banjarmasin*. Perdana: International Journal of Academic Research, 6(2), 35–49.

Margareth, A., Bintang, D., Natalia, D., Siregar, D. S., Pranata, D. A., Berutu, R. A., & Batubara, Y. N. S. (2024). *Boikot Barang Israel : Strategi Perlawanan Dan Solidaritas Global Dalam Mendukung Perjuangan Palestina*. 2(3), 19–32.

Mentari, C. I., Wahyuni, F., Rahmadani, P., & Rindiani, W. A. (2023). *Issn : 3025-9495*. 2(1).

Munandar, A., & Firdaus, R. A. (2023). *Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk*. 3(1), 23–40.

Musthafa, Rahman.(2024). Aksi Boikot Israel, dari Maroko hingga Malaysia. *Kompas.com*. Diakses pada 30 Agustus 2024 https://www.kompas.id/baca/opini/2024/05/09/aksi-boikot-israel-dari-maroko-hingga-malaysia?utm_source=link&utm_medium=shared&utm_campaign=tpd - website traffic

Naufal, I. (2023). *Daftar 110 Produk Lokal Alternatif Pengganti Produk Pro Israel*. <https://www.inilah.com/top-110-produk-lokal-pengganti-produk-israel-yang-diboikot>

Noventaa, C., Sorayab, I., & Muntazahc, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram BuddyKu Sebagai Sarana Informasi Terkini. 3(3), 626–635.

Purwantono, Sungkoro, & Surja. (2020). *PT Sari Burger Indonesia*.

Putri, I. H., Cindrawaty, L., Witanto, R. F., Natalia, M., Tanzil, F. E., & Suwarno, Henky, L. (2020). *PROFESIONAL KEWIRAUSAHAAN*.

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, S., Ali, S., Subagja, G., Bisnis, I. A., & Lampung, U. (2020). Pengaruh Nilai Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Boikot Produk KFC (Studi Pada Konsumen Muslim Bandar Lampung). *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 1(1), 39–49.

Refendy, R. R. (2022). Analisis Hukum Islam Terhadap Pemboikotan Produk Asing Di

Indonesia. *Repository UIN Raden Intan Lampung*, 1–38.
<http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/20271>

Richard West / Lynn H. Turner (2017). Pengantar Teori komunikasi Analisis Dan Aplikasi
Introducing Communication Theory Analisis Application, 180-185

Sugiyono dan Puji Lestari. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suhendra. (2017). “Kenapa Chairul Tanjung Masih Pakai Nama Carrefour di Transmart?”.
Diakses pada tanggal 30 Agustus 2024, dari *tirto.id*. <https://tirto.id/kenapa-chairul-tanjung-masih-pakai-nama-carrefour-di-transmart-cBBZ>

Trisnawati, R. (2024). Boikot Dan Aktivisme: Perilaku Konsumen Dalam Isu Konflik Israel-Palestina. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*, 2(3), 20–25

West, Richard; Turner, Lynn H. Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi (Edisi 5).
Jakarta: Salemba Humanika. 2017

Wiarso, J. (2022). Global Strategi dan Strategi SMC (Supply Chain Management) terhadap
Perusahaan Nestle. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(12), 4355–4364.

Wulur, F. C. (2023). Analisa Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyebaran Layanan
Informasi Publik di Pemerintah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2 (1), 37-45

Yullah, A. (2016). Analisis Framing Pemberitaan Boikot Produk Israel Pada Kantor Berita
Islam Mi'raj News Agency. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 267–281.

Yusuf. (2023). *Cukup Lihat Kode Ini, Cara Mengetahui Produk Israel yang Dijual di
Indonesia*. <https://jakarta.akurat.co/kawasan/1313218415/cukup-lihat-kode-ini-cara-mengetahui-produk-israel-yang-dijual-di-indonesia?page=2>

