

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyanti, A., & Abubakar, A. H. (2023). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Pendidikan Ekonomi ...*, 17, 239–248. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i2.42375>
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/profesional.v6i1.837>
- Agustin, D. N., & Hakim, L. (2022). Peran Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pengetahuan, Persepsi Produk Bank Syariah dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(2), 106–116. <https://doi.org/10.26740/jpak.v10n2.p106-116>
- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal EMBA*, 8(1), 627–636.
- Ahdiat, A. (2023a). Ini Merek yang Banyak Jadi Target Boikot di TikTok. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 1–2. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/08/ini-merek-yang-banyak-jadi-target-boikot-di-tiktok>
- Ahdiat, A. (2023b). *Harga Saham Starbucks Melorot di Tengah Seruan Boikot*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/07/harga-saham-starbucks-melorot-di-tengah-seruan-boikot>
- Ahmad, A. H., Rakieein, A., Hikim, N. A. A., & ... (2022). the Antecedents of Changes in Purchasing Patterns During Covid-19 Outbreaks: an Insight From Malaysian Consumers. *Asian Journal of ...*, 02(01), 202–218. <http://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/view/128%0Ahttps://www.ajmesc.com/index.php/ajmesc/article/download/128/74>
- Ahmadi, A. P., Parlyna, R., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Consumer Ethnocentrism, Brand Image dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Produk Buatan Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(2), 376–391.
- Al-djufrie, M. A. (2021). *Pengaruh Product Knowledge, Harga Produk dan Produk Packaging Terhadap Kelulusan Pembelian Produk Parfum Artfresh*. 6.
- Alawiah, W., & Utama, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek pada Keputusan Pembelian Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.17-34>
- Angkola, M., Ch Widya, U., & Gosal Gladys, G. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Baticue. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(8), 1–21.

- Apriany, A., & Gendalasari, G. G. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Aprilia Rahmasari, & Fauzatul Laily Nisa. (2024). Analisis Pasar Mengenai Kehalalan Dan Isu Boikot Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian. *Analisis Pasar Mengenai Kehalalan Dan Isu Boikot Produk Kosmetik Terhadap Keputusan Pembelian*, 1(3), 289–294.
- Asiyah, S., & Hariri, H. (2021). Perilaku Konsumen Berdasarkan Religiusitas. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 5(2), 158–166. <https://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1533>
- Asyhari, A., & Yuwalliatin, S. (2022). Moderating role of customer value on the effect of animosity, ethnocentrism and religiosity toward purchase decision: study on Chinese cosmetic. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(2), 138–153. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss2.art2>
- Aulianda, R., Ilyas, F., & Dianah, A. (2021). Analisis Pengaruh Religiositas dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Membeli Produk Halal (Studi Pada Masyarakat Desa Meunasah Baro Aceh Besar). *Ekobis Syariah*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v3i2.10040>
- B. S., I. N., F. A., A., R., C., Ayu S., D., K, F., Fitria, F., N. E. S., H., A. N. U., H., N, S., A. D., W., A, Y., & Rahem, A. (2020). Hubungan Usia Dengan Pengetahuan Dan Perilaku Penggunaan Suplemen Pada Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember. *Jurnal Farmasi Komunitas*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.20473/jfk.v7i1.21657>
- Bandur, A., & Prabowo, H. (2021). *PENELITIAN KUANTITATIF Metodologi, Desain, dan Analisis Data Dengan SPSS, Amos & Nvivo* (A. Bandur (ed.); 1st ed.). Citra Wacana Media.
- Bintang Ghaliyan Ibnunas, T. H. (2021). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. *Ekobis*, 01(2), 85–100. <https://doi.org/10.32493/jmw.v1i2.10105>
- Chen, S. (2022). Pengaruh Influencer Kecantikan Dan Citra Merek Terhadap Minat Membeli. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20(2), 18–32. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i2.582>
- Christian, N., Angelica, S., & Tanwijaya, R. (2022). Perbandingan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi dalam Konteks Negara Indonesia Dan Italia. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 99–108. <https://doi.org/10.31294/moneter.v9i2.12749>
- Dahe, Z., & Rehatta, G. (2024). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi E Commerce Shopee. *Jurnal Jendela Pengetahuan*, 17(1), 11–21. <https://doi.org/10.30598/jp17iss1pp11-21>
- Dalimunthe, A. K., Julia, S., Berutu, I. V. N., & Suhairi. (2022). GLOBAL

MARKETING DECISION DI INDONESIA 1Afifah. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2(Vo 2), 1–7. www.aging-us.com

- Danilwan, Y., Dirhamsyah, & Pratama, I. (2020). The impact of consumer ethnocentrism, animosity and product judgment on the willingness to buy. *Polish Journal of Management Studies*, 22(2), 65–81. <https://doi.org/10.17512/pjms.2020.22.2.05>
- Dewantara, F. A. (2023). Pengaruh Religiusitas, Kesadaran Halal, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mcdonald’S Gresik Kota Baru. *IJABAH: Indonesian Journal of Sharia Economics, Business, and Halal Studies*, 1(2), 117–127.
- Dihni, V. (2022). Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Bulanan Masyarakat Indonesia (2017-2021). *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2021–2022.
- Dihni, V. A. (2022). *Pengeluaran Konsumsi Masyarakat Naik 4,34% pada Kuartal I 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/21/berapa-rata-rata-pengeluaran-konsumsi-masyarakat-tiap-bulan>
- Ds, Y. R. R. (2022). Meningkatkan Minat Pembelian Menggunakan E-Commerce Shopee Melalui Iklan Dan Citra Merek Dimediasi Kepercayaan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19. *EQIEN Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 590–596.
- Ernawati, S. (2019). PENGARUH ETNOSENTRISME DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK TEMBE MEE DONGGO. *Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 226.
- Esa, I., Masud, F., & Yusuf Agung Gunanto, E. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick di Kota Semarang. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(02), 283. <https://doi.org/10.30868/ad.v5i02.1316>
- Fadhil, M. N., & Prastyono, H. P. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada New Holland Donuts Tuban. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 557–562. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/4171>
- 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. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 206–216.
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrime, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 74–81. jurnalpemasaran.petra.ac.id
- Fauziyyah, S., & Suryaningsih, I. B. (2021). Country of Origin as Determinants of Perceived Quality With Moderation Ethnocentrism. *Journal of Business & Applied Management*, 14(1), 69–82. <http://journal.ubm.ac.id/>

- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Fitriani, D. (2023). Hadirkan Donat Bertema Israel , Dunkin ' Donuts Jadi Sorotan. *Harian Haluan Kepri*, 1–2. <https://harianhaluankepri.com/hadirkan-donat-bertema-israel-dunkin-donuts-jadi-sorotan/> 1/
- Hakim, F. W., Hasan, A., & Putra, I. (2022). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Kota Bandar Lampung. *Al-Mashrof: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 80–94.
- Hardani, Hikmatul, A. N., Helmina, A., Asri, F. R., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukaman, D. J., & Istiqamah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Haryono, E. (2023). *Survei Konsumen Desember 2023 : Optimisme Konsumen Meningkat. Desember, 2023.*
- Haryono, E. (2024). Survei Konsumen April 2024: Optimisme Konsumen Meningkat. *Bi.Go.Id*, 26, 1–4. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/SK-Maret-2024.aspx>
- Haryono, S. D. (2022). Sikap Terhadap Tradisi Barat : Telaah Eurosentrisme Max Weber (Analisis Oksidentalisme Hassan Hanafi). *Aqlania*, 13(1), 37. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/aqlania/article/view/5886>
- Hasibuan, L. (2019). Karpas Merah Indonesia Fashion Week 2019 Resmi Digelar. *Cnbcindonesia.Com*, 2–3. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190327150337-33-63225/karpas-merah-indonesia-fashion-week-2019-resmi-digelar>
- Hidapenta, D., & Dewi, D. A. (2021). Peran Pkn Mengatasi Fenomena Kecintaan Produk Luar Yang Terjadi Di Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(1), 168–175. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i1.1401>
- Hidayadi, T., & Niam, A. M. (2022). Analisis Disparitas Ekonomi Wilayah Jabodetaek Pada Masa Pandemi Covid 19. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(1), 117–130. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i1.1301>
- Humisar, R., Suhud, U., & Purwohedhi, U. (2021). Impact of Ethnocentrism and Other Factors on Willingness to Buy Chinese Cars. *Journal of Consumer Sciences*, 6(1), 62–76. <https://doi.org/10.29244/jcs.6.1.62-76>
- Ikhsan, R. R. N., & Sukardi, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(1), 49–55. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v11i1.1061>
- Indrawan, M. R., Mulyadi, M., & Furkan, L. M. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Etnosentrisme Konsumen Terhadap Minat Beli Sepatu Lokal

- “Compass” Pada Mahasiswa S1 Di Indonesia. *Jurnal Riset Pemasaran*, 1(1), 30–42. <https://doi.org/10.29303/jrp.v1i1.1752>
- Iqbal, M., & Kusumawardhani, M. D. (2023). *Pengaruh Kesadaran Halal , Religiusitas , Dan Pengetahuan Produk Halal*. 07, 23–32.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>
- ISLAM, P. (2024). *CEO Starbucks Howard Schultz memperingatkan “Perusahaan telah mencapai titik krisis penurunan di tengah boikot,” dan kerugian pasar sebesar \$13 miliar*.
- Isnaini, D. (2020). Relevansi Religiusitas Dengan Perilaku Konsumsi. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 111. <https://doi.org/10.29300/aij.v6i1.2860>
- Julina, S. E. (2019). Perilaku Religiusitas Konsumen. In Juliana (Ed.), *Repository.Uin-Suska.Ac.Id* (1st ed.). SOEGA PUBLISHING. [http://repository.uin-suska.ac.id/70147/1/BUKU Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/70147/1/BUKU%20Religiusitas%20Konsumen%20Berdasarkan%20Perspektif%20Islam.pdf)
- Karoui, S., & Khemakhem, R. (2019). Consumer ethnocentrism in developing countries. *European Research on Management and Business Economics*, 25(2), 63–71. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.04.002>
- Khairunnisa, S., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk, Religiusitas dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Olahan Halal di Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(2), 473–491. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i2.1669>
- Khaldebeydoun. (2024). *Boikot sangat merugikan Starbucks, baik secara finansial maupun kerugian merek dalam jangka panjang*. <https://www.instagram.com/p/C90Dw8fxMxV>
- Komalasari, Y., Dewi, S. W. K., Sulastriningsih, R. D., Firmansyah, R., Mauliana, P., Hunaifi, N., & Wiguna, W. (2022). Pelatihan Segmentasi Pemasaran Digital Pasca Pandemi Covid-19 di Tjendana Food Point. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 66–71. https://doi.org/10.32764/abdimas_if.v3i2.2868
- Kurniawan, R., Alimusa, L. O., & Hakim, A. A. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Harga Terhadap Minat Beli Fashion Halal dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Religiusitas (Studi di Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2748–2754. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6496%0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/6496/2773>
- Kusnandar, V. Bu. (2022). Konsumsi Warga Jakarta Timur Terbesar se-Indonesia. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 1–3.

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/konsumsi-warga-jakarta-timur-terbesar-se-indonesia>

- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). PENGARUH PERSEPSI KUALITAS , CITRA MEREK DAN JURNAL EKOBIS : EKONOMI , BISNIS & MANAJEMEN. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 12, 3–6. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis/article/view/564>
- Magdalena, R., & Angela Krisanti, M. (2019). Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk. *Jurnal Tekno*, 16(2), 35–48. <https://doi.org/10.33557/jtekn.v16i1.623>
- Mahardika, T. P. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(2), 83–93. <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>
- 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>
- Marzuki, W. W., & Triyono. (2021). PENGARUH RELIGIUSITAS, SERTIFIKASI HALAL, DAN BAHAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Ekonomi Dan Bisnis UNIMUS*, 17(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.26714/vameb.v17i2.7885>
- Medina, J. (2023). 5 Fakta soal Iklan Kontroversial Zara yang Disebut Hina Situasi Krisis Gaza. 1–8. <https://kumparan.com/kumparanwoman/5-fakta-soal-iklan-kontroversial-zara-yang-disebut-hina-situasi-krisis-gaza-211YYqulf8C/full>
- Musthofa, A., & Buhanudin, B. (2021). Konsumen Muslim: Pengetahuan Produk Halal dalam Keputusan Pembelian Makanan. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 81–97. <https://doi.org/10.24090/ej.v9i1.4693>
- Muthmainah, & Cholil, M. (2021). Faktor yang Mempegaruhi Perilaku Peralihan Pelanggan: Peran Mediasi Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Muthmainah dan Muhammad Cholil*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(3), 2022.
- Nabilah, M. (2023). Kenapa Orang Indonesia Boikot Produk Pro Israel? Ini Surveinya. *Databoks.Katadata.Co.Id*, November, 12–13. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/21/kenapa-orang-indonesia-boikot-produk-pro-israel-ini-surveinya>
- Nafiudin, Andari, Kurnia, D., & Tia Safitri, A. (2021). Pentingnya Desain Ulang Pekerjaan Dan Deskripsi Pekerjaan Untuk Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Masa Pandemi Covid 19. *Sains Manajemen*, 7(2), 155–167. <https://doi.org/10.30656/sm.v7i2.4139>
- Naryo. (2024). *Jakarta dan Bandung diprediksi menjadi megacities yang bisa*

- kalahkan Tokyo. Humas IPB.*
<https://megapolitan.antaraneews.com/berita/43410/jakarta-dan-bandung-diprediksi-menjadi-megacities-yang-bisa-kalahkan-tokyo>
- Natasya, Z. (2023). *20 Brand Terkenal di Indonesia Pro Israel yang Terverifikasi Bdnaash.* <https://www.insertlive.com/lifestyle/20231221144633-210-326964/20-brand-terkenal-di-indonesia-pro-israel-yang-terverifikasi-bdnaash>
- Novianti, A. D., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung dengan Variabel Moderating Persepsi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 116–122. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p116-122>
- Nufus, W. H. (2024). Korban Tewas di Gaza Akibat Serangan Israel Tembus 37.900 Ribu Jiwa. *Detik.Com*, 1–6. <https://news.detik.com/internasional/d-7418165/korban-tewas-di-gaza-akibat-serangan-israel-tembus-37-900-ribu-jiwa>
- Nugrahani, F., & Imron, A. (2023). Pelatihan Penggunaan Software “Spss” Dalam Membantu Mengolah Data Kuantitatif Pada Mahasiswa Semester Akhir. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin Indonesia (JUPEMI)*, 1(2), 39–42. <https://doi.org/10.36908/akm.v2i>
- Nurcaya, I. N. (2020). Sikap Etnosentrisme Memoderasi Pengaruh Product Knowledge, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(1), 54. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2020.v14.i01.p06>
- Olivia, J., & Nurfebriaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Otaya, L. G. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Spss Terhadap Pemahaman Konsep Dan Keterampilan Mahasiswa Mengolah Data Statistik. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(1), 87–101. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v11i1.3502>
- Penerapan, P., Operasional, S., Dan, P., Artha, S., & Intan, R. (2021). Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 38–47. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i1.600>
- Petzer, D. J., van Tonder, E., & Fullerton, S. (2023). Anti-consumption: Investigating the role of socio-psychological factors in motivating customers to help other customers not to shop. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 26(1), 1–13. <https://doi.org/10.4102/sajems.v26i1.5110>
- Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*

- Manajemen Indonesia*, 4(3), 361–374.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i3.189>
- Pratiwi, B., Jannah, K. M., Saraswati, R., Raihanah, S., & Suhud, U. (2021). Analisis Pengaruh Intention to Boycott pada Konsumen Produk Perancis di Indonesia. *Bisnis, Manajemen Dan Keuangan*, 2(1), 257–276.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41.
<https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>
- Prince, M. (2020). Domestic Product Involvement and Consumer Willingness to Buy Domestic Products: Empirical Testing of a Cognitive Consistency Theory Framework. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(5), 453–461. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1727393>
- Putriana, P. (2022). Peran Religiusitas Dalam Memediasi Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 23(2), 217–233. <https://doi.org/10.36769/asy.v23i2.255>
- 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.
- Rainer, P. (2023). Saling Salip, Inilah 10 Restoran Terlaris di Indonesia. *GoodStats*, 6–8. <https://goodstats.id/article/saling-salip-inilah-10-restoran-terlaris-di-indonesia-7pWkM>
- Ramadhani, R. A., Maharani, M. D., Dewita, N. A. P., Nanlohy, S. A. R., & Maesaroh, S. S. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Spss Dalam Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Dan Gaji Pada Pendapatan Perusahaan Telekomunikasi. *JIKA (Jurnal Informatika)*, 7(3), 271. <https://doi.org/10.31000/jika.v7i3.8328>
- Ramli, M. (2022). Mengapa Masyarakat Lebih Memilih Produk Luar Negeri Dibanding Produk Lokal? *Timesindonesia.Co.Id*, 1–1.
- Ratnaningsih, Y. R., & Saptono, E. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Hankuspi: Studi UMKM Wirausaha Wanita di Bekasi. *Jbe*, 27(1), 23–32. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Razak, S., Abdullah, I., Raking, J., & Nuzul, A. (2023). Mediating role of socio-religious behavior on consumption pattern changes of middle-class Muslims: An analysis using SEM. *Cogent Business and Management*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2163798>
- Rejeki, S., & Purwanto, N. (2023). Analisa Keputusan Pembelian Dari Sudut Pandang. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK) 2023*,

- 2, 467–472. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.153>
- Rizal, J. (2020). Menelaah Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Dalam Perspektif Pemerintahan Megapolitan Jabodetabek-Punjur. *Jurnal Politik Pemerintahan Dharma Praja*, 13(1), 69–90. <https://doi.org/10.33701/jppdp.v13i1.1081>
- Rizqiana, F., & Kusumastuti, A. E. (2021). Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesiapan Membayar (Willingness To Pay) dengan Dimoderasi Reputasi Perusahaan. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(1), 76–86.
- Rohman, M. H., Lifia, L., & Hidayatulloh, M. H. (2023). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal pada Minat Pembelian Produk E-commerce pada Mahasiswa UIN Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 965–976. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.4884>
- Rusmiyati, Y., Pramono, E., & Atmini, N. D. (2020). Pengaruh Insentif Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt Bukit Inti Makmur Abadi Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 6(1), 47–60.
- Rusniati, & Rahmawati, R. (2019). Green Product: Pengaruh Pengetahuan Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal INTEKNA*, 19(1), 1–68. <http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive>
- Rustandi, N., & Marlina, H. (2022). Pengetahuan Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Berlabel Halal Pada Mahasiswa Universitas Suryakanca Cianjur. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 01(September), 149–164.
- Sahir, S. H. (2022). *Metode Penelitian* (T. Koryati (ed.); 1st ed.). Penerbit KBM Indonesia.
- Salsa Nabila, P., & Fadhilah, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada Pasar Global. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 73–80.
- Saniatuzzahroh, A., & Trisnawati, D. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk Halal, Brand Image dan Religiusitas Terhadap Niat Membeli Produk Kosmetik Halal Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1, 870–888.
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image terhadap Purchase Intention (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 169–184. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/bmej/article/view/2328>
- Santoso, I., & Modistriyatno, H. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Indigo Media.
- Septyaningsih, I., & Alamsyah, I. E. (2024). Aksi Boikot Produk Pro-Israel Ternyata Berdampak Positif Bagi UMKM Lokal, Ini Buktinya. *Januari*, 18–

20. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s6yex6349/aksi-boikot-produk-proisrael-ternyata-berdampak-positif-bagi-umkm-lokal-ini-buktinya>
- Setyawati, H. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Accounting and Management Journal*, 5(1), 39–46. <https://doi.org/10.33086/amj.v5i1.2047>
- Shaopeng. (2021). A Study on the Influencing Factors of Consumers Willingness to Buy Large Musical Instrument Online. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(24), 5748–5761.
- Simanjorang, B. M., SyahPutra, B. A., Husin, M. H., Bangun, I. B., Zawani, N., Siburian, T. D. N., Perangin-Angin, Z. G., & Prayetno. (2023). Pengaruh Konflik Palestina Dengan Israel Terhadap Gerakan Perlawanan Hamas dan Dampaknya Bagi Indonesia. *Mediation: Journal of Law*, 2(2), 24–30. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sorongon, T. P. (2023). 8 Update Baru Gaza, Korban Tewas tembus 19.543 Jiwa. *Desember*, 2–8. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231219091822-4-498439/8-update-baru-gaza-korban-tewas-tembus-19543-jiwa>
- Subagio, N. A., Shulthoni, M., Wilantari, R. N., & Tijany, P. O. (2023). Religiusitas Pembelian Impulsif dan Stimulus Eksternal Generasi Z dalam Pembelian Online: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jember. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 22(1), 103. <https://doi.org/10.19184/jeam.v22i1.37326>
- Sugiyono, D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suhairi, Asmita, R. A., Mahira, T. I., Lubis, S. A., & Triyani, W. S. (2023). Analisis Strategi Bisnis Restoran Cepat Saji Mcdonald ' s Dalam Memasuki Pasar Global. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 35–46.
- Suhairi, Wardani, S., Nasution, D. A., & Siregar, R. Z. F. (2023). Pengantar Pemasaran Global. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 241–251.
- Sumiati, S. (2020). Dampak Etnosentime dan Budaya Populer Terhadap Sikap Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), 27. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i2.7517>
- Suprpto, Y., Tarihoran, S. J., Lie, K. J., & Lie, W. (2023). Jurnal Mirai Management Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 174–180.

- Suswanto, L. P., Shadiq, T. F., & Fiyul, A. Y. (2022). Analisa Keputusan Pembelian Produk Makanan dan Minuman yang di Impresi oleh Label Halal (Studi Limitasi di Bandara Internasional Soekarno Hatta). *Jurnal Pemandhu*, 3(1), 10–18.
- Théophile, B. N., Alidou, O., & Fatou, D. S. (2019). Religiosity and consumer behavior in developing countries: An exploratory study on Muslims in the context of Burkina Faso. *African Journal of Business Management*, 13(4), 116–127. <https://doi.org/10.5897/ajbm2018.8662>
- Thomas, T., Singh, N., & Ambady, K. G. (2019). Effect of Ethnocentrism and Attitude Towards Foreign Brands in Purchase Decision. *Vision*, 24(3), 1–10. <https://doi.org/10.1177/0972262919867509>
- Tridiwianti, F., & Harti. (2020). Pengaruh Green Product Awareness Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Green Body Care. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 9(1), 1104–1110.
- Trishantini, N., Kusstianti, N., Faidah, M., & Magesari, D. S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetika perawatan Kulit wajah. *E-Jurnal*, 11(2), 157–166.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 85. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.1.85-100>
- Wahyuni, Hasni, & Haslindah. (2022). Pengaruh perilaku religiusitas terhadap perilaku konsumsi produk kemasan. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(1), 55–62. <http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika%0APENGARUH>
- Wulandhari, R. (2023). Dampak Seruan Boikot Israel, Begini Nasib Saham Distributor Adidas Hingga Pizza Hut. *Republika.Co.Id*, 10–12. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/s4qd0n502/dampak-seruan-boikot-israel-begini-nasib-saham-distributor-adidas-hingga-pizza-hut>
- Yaakub, S., & Sham, N. A. A. (2021). Impact of Knowledge, Religiosity, Awareness and Halal Logistics on Purchase Intention. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 3(4), 161–167.
- Yener, D. (2022). The relationship between consumer animosity and consumer boycotts participation: The mediating effect of consumer ethnocentrism. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(1), 310–324. <https://doi.org/10.15295/bmij.v10i1.2010>
- Yolanda, L., Helmi, R. A., Komaladewi, R., & Saputra, F. E. (2023). Etnosentrisme Konsumen, Kerentanan Pengaruh Normatif, Permusuhan Konsumen terhadap Ketersediaan untuk Membeli. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 424–438. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4787>
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., & Ningsih, M. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review dan Kenyamanan terhadap Keputusan

Pembelian Masker Sensi Mask Duckbill di Shopee. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 5334–5348.

Zulaika Matondang, H. F. N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *JURNAL ILMU EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 5(1), 1–21.