

DAFTAR PUSTAKA

- Aditria, D., Digdowiseiso, K., & Nurwulandari, A. (2023). Pengaruh Brand Image, E-wom dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi di Hits Burger Antasari Jakarta Selatan. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8(1), 30–45.
- Adriana, N. C., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 198–208.
- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 25–31.
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Anisa, N. F., & Sari, H. M. K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Susu Bear Brand Terhadap Keputusan Pembelian dalam Masa Pandemi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Program Studi Manajemen. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 2, 1–9.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior 6th Edition* (6th ed.). New York: Thomson Learning.
- Bear Brand. *Tentang Bear Brand*. Dalam <https://www.bearbrand.co.id/product>. Diakses pada tanggal
- Copley, P. (2004). *Marketing Communications Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- CNN Indonesia. *Mengenal Fenomena BDS, Gerakan Boikot Perusahaan Pendukung Israel*. Dalam <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231114123743-92-1023951/mengenal-fenomena-bds-gerakan-boikot-perusahaan-pendukung-israel>. Diakses pada tanggal 28 Maret 2024.
- Enjela, D. K., Yulasmi, & Lusiana. (2022). Determinan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian: Kajian Literatur. *Journal of Business and Economics (JBE)*, 7(3), 488–493.
- Fairuz, M. A., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Sari Roti. *Kalbisiana*, 8(4), 4442–4466.
- Fajri, A. (2018). Pengaruh Brand Activation Terhadap Keputusan Pembelian Miniso di Kota Malang. *Skripsi*. Universitas Brawijaya.

- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 86–95.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal, D. M., & Suliyanto. (2018). The Effect of Consumer Ethnocentrism, Brand Image, and Perceived Quality, on Purchase Decisions with Purchase Intention as Intervening Variable (Study of Eiger Consumers in Tasikmalaya). *Journal of Accounting Management and Economics*, 20(2), 42–54.
- Hendri, & Budiono, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Turst, Ewom Terhadap Purchase Intention Pada Produk H&M Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 371–379.
- 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)*, 4(2).
- Iman, C. M., Listyorini, S., & Prihatini, A. E. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bear Brand di Era Pandemi Covid-19 (Studi pada Konsumen Susu Bear Brand di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 967–976.
- Kamil, A. I., & Ananda, N. A. (2021). Minat Beli Susu L-men yang Dipengaruhi Brand Image dan Celebrity Endorser pada Masyarakat Kecamatan Unter Iwes: Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–9.
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15.
- Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. (2023). Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023 tentang Hukum Dukungan Terhadap Perjuangan Palestina. Dalam <https://mui.or.id/baca/fatwa/hukum-dukungan-terhadap-perjuangan-palestina>. Diunduh pada tanggal 2 Agustus 2024
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 341–370.

- Lisa, A. M., Rahmawati, C. H., Fadhilah, A. N., Kinasih, A., & Nurcandrani, P. S. (2022). Kontruksi sosial Masyarakat Terhadap Susu Steril Bear Brand pada Masa Pandemi Covid-19. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 39–47.
- Loebis, R. S., & Utomo, S. B. (2022). Pengaruh Iklan dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(12), 1-21
- Mardeson, E., & Mardesci, H. (2022). Fenomena Boikot Massal (Cancel Culture) Di Media Sosial. *Jurnal Riset Indragiri*, 1(3), 174-181.
- Muntiasari, A. (2023). The Effect of Product Quality, Brand Image and Brand Trust on Bear Brand Customer Loyalty (Case Study on Management Study Program Students at Narotama University). *World Journal of Business Research and Project Management*, 3(1), 45–53.
- Nabilah, Muhammad. (2023). *Kenapa Orang Indonesia Boikot Produk Pro Israel? Ini Surveinya*. Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/21/kenapa-orang-indonesia-boikot-produk-pro-israel-ini-surveinya>. Diakses pada tanggal 28 Maret 2024.
- Néstle Indonesia. *Sejarah Perusahaan Nestlé*. Dalam <https://www.nestle.co.id/tentangnestle/sejarah>. Diakses pada tanggal
- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Makassar: Alauddin University Press.
- Renaldi, P. A., & Yulianthini, N. N. (2022). Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafe. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 163–170.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., & Manuhutu, M. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sari, P. P., & Alie, M. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Susu Ibu Hamil. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(1), 78–90.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147–155.
- Sormin, S. K., & Malik, F. D. M. (2024). Perilaku Konsumsi Terhadap Boikot Produk Pro Israel. *Karimah Tauhid*, 3(3), 3114–3120.
- Sugandi, R., & Anggraini, R. (2024). Gerakan Sosial Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023. *Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(2), 01–17.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(53), 51–60.

- Suhendra, R., & Nasution, S. M. A. (2023). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pemakai Sepatu Onitsuka Pada Mahasiswa FEB UMSU). *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 4(2), 138–155.
- Sukandar, A. E., Atmaja, H. E., & Yudhanto, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario. *JABis : Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2), 180.
- Sulastri, & Puspasari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 104–112.
- Tyassari, P., Wulandari, W., & Hastuti, T. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Smartphone Merek OPPO Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyagama Malang). *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 50–62.
- Wadi, M. H., Fadhilah, M., & Hutami, L. T. H. (2021). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Specs (Studi Kasus Pada Konsumen Sepatu Specs Di Kota Lombok Timur). *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(1), 172–181.
- Wijayanti, T. W., Alfiani, A., Ayunda, P., Istiqomah, D., & Widodasih, R. . W. K. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Tengah Kontroversi Israel: (Studi Pada Konsumen Di Kota Bekasi). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1), 606–618.
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 277–286.