

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Achmad Ridha, Wiwin Riski Windarsari, Azlan Azhari, dan Lidya Anastasya. “DILEMA KONSUMSI DI TENGAH BOIKOT: MENGAPA KONSUMEN MASIH MEMBELI PRODUK STARBUCKS?: Analisis Faktor Keputusan Pembelian atas Produk yang Diboikot di Kota Makassar.” *Jurnal Maneksi* 14, no. 2 (2025): 459–72. <https://doi.org/10.31959/jm.v14i2.2986>.
- Afifah, Mutiara Nur, Abizar, Heri Sutopo, dan Ulil Albab. “Pengaruh Gerakan Boikot Produk Pro Israel di Media Sosial Terhadap Minat Beli Masyarakat Bandar Lampung.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 9, no. 2 (2024): 426–35.
- Agustin, Hamdi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Konsep dan Contoh Penelitian)*. 1 ed. CV. Mega Press Nusantara, 2023.
- Ahdiat, Adi. “Terdampak Boikot, Penjualan Unilever Indonesia Turun pada 2023.” Databoks. *Penjualan Bersih dan Laba PT Unilever Indonesia Tbk (2022-2023)*, 12 Februari 2024.
- Ahmad Nabil, Mochammad Afandi Wirawan, Rayhan Lauzzadani, dan Nur Aini Rakhmawati. “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS.” *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi* 4, no. 1 (2024): 38–43. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v4i1.8310>.
- Ajzen, Icek. “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991). [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, Icek. “The Theory of Planned Behavior.” *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2 (1991): 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Alfian, Ahmad Yoga, dan Fitriah Dwi Susilowati. “Analisis Dampak syarikah (Boikot, Divestasi, Sanksi) Campaign Terhadap Perilaku Brand-Switching Konsumen Muslim Dari Brand Terafiliasi Israel Ke Brand Lokal.” *Asy-Syarikah Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2025). <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v7i2.4099>.
- Alfina, Syafa, dan Yulistin Tresnawaty. “Pengaruh Religiositas terhadap Motivasi Boikot Produk.” *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 8, no. 2 (2024): 439–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.22210/satwika.v8i2.33756>.
- Anggraini, Ririn Tri. “Peran Fatwa MUI No. 83 Tahun 2023 Terhadap Pemboikotan Produk Pro Israel Perspektif Sosiologi Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Kediri.” Skripsi, IAIN KEDIRI, 2024. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/14908>.
- Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi (PT) Menurut Jenis Kelamin*, 2025. Badan Pusat Statistik. Desember 2025. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ0NiMy/angka-partisipasi-kasar--apk--perguruan-tinggi--pt--menurut-jenis-kelamin.html>.

- Ariyanivita, Annissa, dan Hayu Lusianawati. "PENGARUH KEGIATAN BOIKOT TERHADAP BRAND IMAGE UNILEVER DI TIKTOK." *Neraca Manajemen, Ekonomi* 23, no. 3 (2025). <https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.359>.
- Azahra, Novita. "Analisis Theory Of Planned Behavior(TPB) Pada Masyarakat Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Usaha Pertanian Di Kecamatan Tumijajar." Skripsi, IAIN METRO Lampung., 2024.
- Batson, C. Daniel, Bruce D. Duncan, Paula Ackerman, Terese Buckley, dan Kimberly Birch. "Is Empathic Emotion a Source of Altruistic Motivation?" *American Psychological Association* 40, no. 2 (1981): 290–302. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.40.2.290>.
- Baznas, Humas. *Mengapa Indonesia Membantu Palestina: Sejarah, Hukum, dan Kemanusiaan*. 15 Agustus 2025. <https://baznas.go.id/artikel-show/Mengapa-Indonesia-Membantu-Palestina:-Sejarah,-Hukum,-dan-Kemanusiaan/1740>.
- Bila Amalia, Alisa, Alike Putri Zahira, Bina Bangkit Prasasti, Faza Aly Miftah, Moch Andika Dwi Putra, dan Dea Aryandhana Mulyana Haris. "KEPUTUSAN BOIKOT PRODUK ISRAEL: TINJAUAN PERILAKU KONSUMEN." *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 5, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/juremi.v5i1.10655>.
- Burgiel-Szewc, Aleksandra, dan Laura Maria Wallnöfer. "Attitude-Behavior Gap." Dalam *Vocabulary for Sustainable Consumption and Lifestyles*, 1 ed., oleh Lewis Akenji, Philip J. Vergragt, Halina Szejnwald Brown, Thomas S. J. Smith, dan Laura Maria Wallnöfer. Routledge, 2025. <https://doi.org/10.4324/9781003584056-10>.
- Djaafar, Sity Nur Anisah, Tineke Wolok, dan Ramlan Amir Isa. "Pengaruh Religiusitas, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani (Studi Pada Pelanggan Di Rabbani Gorontalo)." *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN BISNIS* 6, no. 3 (2023).
- Elshaer, Ibrahim A., Alaa M. S. Azazz, Sameh Fayyad, dkk. "Consumer Boycotts and Fast-Food Chains: Economic Consequences and Reputational Damage." *Societies* 15, no. 5 (2025): 114. <https://doi.org/10.3390/soc15050114>.
- Fadhilah, Ana, Yosy Arisandy, dan Yetti Afrida Indra. "Pengaruh Motivasi Rasional Dan Emosional Konsumen Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Islamic Branding." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 5, no. 1 (2025): 79–94. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i1.520>.
- Festinger, L. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. 1957, t.t. <https://books.google.co.id/books?id=voeQ-8CASacC&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>.
- Fianov, Rayhan, dan Nidia Wulansari. "PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ FORESTHREE BUKITTINGGI." *Fillgap in Management and tourism*, t.t.
- Hapsari, Abidah, dan Puspita Sari Sukardani. "PENGARUH TERPAAN INFORMASI GERAKAN BOIKOT TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN MAHASISWA PADA PRODUK MCDONALD'S DI SURABAYA." *The Commercio* 9, no. 2 (2025): 114–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/tc.v9i2.66607>.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. 1 ed. Penerbit Pustaka Ilmu, 2020.
- Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardhana. *Riset Manajemen Menggunakan SPSS dan Smart-PLS Implementasi pada Manajemen SDM, Pemasaran, Keuangan, Pendidikan, Kesehatan, Pemerintahan, & Kewirausahaan*. 1 ed. CV.EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.
- Ilham, Sentosa, dan Nik Kamariah Nik Mat. "Examining a Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Model (TAM) in Internet Purchasing Using Structural Equation Modeling." *Journal of Arts, Science & Commerce* 3 (Januari 2012).
- Imansari, Nurulita, dan Umi Kholifah. *Metodologi Penelitian Untuk Pendidikan Kejuruan*. 1 ed. UNIPMA Press Universitas PGRI Madiun, 2023.
- Irmawati, Irmawati. "Perilaku Konsumsi Petani Tembakau Ditinjau dari Perilaku Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Dusun Kedungwaru Desa Candisari Kecamatan Sambeng Kabupaten Lamongan)." Skripsi, IAIN Kediri, 2021.
- Jannah, Binti Roikhatu. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Glad2glow (Studi Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan Tahun 2024)." Skripsi, Uin Syekh Wasil Kediri, 2025.
- Junaidi. "Sudah Terlanjur Beli Produk Pro Israel Bagaimana Hukumnya? Ini Penjelasan MUI." Artikel. *Mui digital*, t.t. <https://www.mui.or.id/baca/berita/sudah-terlanjur-beli-produk-pro-israel-bagaimana-hukumnya-ini-penjelasan-mui>.
- Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Karimzadeh, Sara, dan Magnus Boström. "Ethical Consumption in Three Stages: A Focus on Sufficiency and Care." *Environmental Sociology* 10, no. 1 (2024): 1–11. <https://doi.org/10.1080/23251042.2023.2277971>.
- Kollmuss, Anja, dan Julian Agyeman. "Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?" *Environmental Education Research* 8, no. 3 (2010): 239–60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13504620220145401>.
- Kotler, Philip. *Marketing Management*. 15 ed. Pearson Education Limited, 2016.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. 17 ed. Pearson Education Limited, 2018.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 13 ed. t.t.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 14 ed. Pearson Education, 2012.
- Laoli, Noverius. *Unilever Hadapi Tantangan Berat di Indonesia Akibat Boikot & Persaingan Merek Lokal*. Epaper. 9 Januari 2025. <https://internasional.kontan.co.id/news/unilever-hadapi-tantangan-berat-di-indonesia-akibat-boikot-persaingan-merek->

- lokal#:~:text=Unilever%20Hadapi%20Tantangan%20Berat%20di%20Indonesia%20Akibat%20Boikot%20&%20Persaingan%20Merek%20Lokal.
- Lestari, Puji, dan Thuba Jazil. "The Role of Religiosity, Consumer Animosity, and Ethnocentrism in Explaining the Boycott Motivation." *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 5, no. 1 (2024): 134–52. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47700/jiefes.v5i1.7755>.
- Mahyarni. "Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku)." *Jurnal El-Riyasah* 4, no. 1 (2013): 13–23.
- Marbiyanti, Reni, Achmad Munif, Adin Fadilah, dan Yopi Yudha Utama. "Gaya Hidup, Persepsi, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2019-2022)." *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4, no. 1 (2024): 85–103. <https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v4i1.1366>.
- Maulana, Adelia Putri Nazti, Nazti Safaatilla, Lilik Uzlifatul, dan Emalia Nova Sustyorini. "Pengaruh Brand Awareness dan Religiusitas terhadap Keputusan Pembelian Customer Produk Pro-Israel." *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SME's)* 17, no. 3 (2024): 1175–86.
- Misidawati, Dwi Novaria, Rahmawati Rahmawati, Muhammad Junaid Kamaruddin, Olivia Tahalele, dan Johni Eka Putra. "Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Pro Israel di Indonesia." *Edunomika* 8, no. 2 (2024).
- Mubarok, Muhammad Naufal, dan Wiyadi. "PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION MELALUI SOCIAL MEDIA." *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA* 8, no. 1 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v8i1.11482>.
- Muhamad, Nabilah. "Kenapa Orang Indonesia Boikot Produk Pro Israel? Ini Surveinya." Artikel data visualisasi dan analisis. *Faktor yang Mendorong Responden Ikut Aksi/Mendukung Boikot Produk Pro Israel (November 2023)*, t.t. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/d2562f2ad0e1d09/kenapa-orang-indonesia-boikot-produk-pro-israel-ini-surveinya>.
- Nur, Muhamad Afifuddin, dan Made Saihu. "PENGOLAHAN DATA." *25 Juli 2024* 2, no. 11 (2024): 163–75.
- Nurhayati, Yetti Kartika, Agustina Shinta Hartati Wahyuningtyas, dan Riyanti Isaskar. "Pengaruh Sikap, Motivasi Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada 'Teh Kota' Di Kabupaten Bojonegoro)." *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/>.
- Nuzulmia, Shelby. "Pengaruh Social Media Campaign Terhadap Sikap Konsumen (Studi Kasus Pada Kampanye Boikot)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)* 5, no. 1 (2024): 495–505. <https://doi.org/doi.org/10.54209/jasmien.v5i01.773>.

- Oliver, Richard L. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. 0 ed. Routledge, 2014. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>.
- Pandey, Satya Prakash, Ms. Yusairah Ahmad, dan Abhishek Gautam. "An Analysis of Consumer Motivations for Boycott." *Journal of University of Shanghai for Science and Technology* 22, no. 10 (2020).
- Pasaribu, Benny S., Aty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, dan Rizqon Halal Syah Aji. *METODOLOGI PENELITIAN Untuk Ekonomi dan Bisnis*. 1 ed. 1. MEDIA EDU PUSTAKA. MEDIA EDU PUSTAKA, 2022.
- Pasryb, Andi Syahida Ulhaq, Abdul Razak Munir, Andi Aswan, dan Andi Bintang Balele. "The Perspectives on Consumer Attitudes and Actions: The Impact of Political and Social Factors on the Pro-Israel Products Boycott Movement (Case Study in Indonesia): Perspektif Sikap dan Tindakan Konsumen: Dampak Faktor Politik dan Sosial terhadap Gerakan Boikot Produk Pro-Israel (Studi Kasus di Indonesia)." *AMAR (Andalas Management Review)* 8, no. 2 (2024): 35–43. <https://doi.org/10.25077/amar.8.2.35-43.2024>.
- PELITAPUTRI, SALSABILA AZKA. "PENGARUH RELIGIUSITAS, MEDIA SOSIAL, EMOSI KEBENCIAN, DAN ETNOSENTRISME KONSUMEN TERHADAP PERILAKU BOIKOT DAN SWITCHING BEHAVIOR PRODUK YANG BERAFFILIASI DENGAN ISRAEL." Skripsi, INSTITUT PERTANIAN BOGOR, 2025. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/161729>.
- PPDKTI. t.t. Diakses 7 November 2025. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/>.
- Prastiwi, Anis, dan Titik Desi Harsoyo. "Analysis of the Influence of Consumer Animosity, Religiosity, and Social Media Sentiment on Product Boycott Decisions." *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)* 4, no. 1 (2025): 255–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/eajmr.v4i1.12980>.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. 1 ed. CV. WADE GROUP, 2016.
- Purwanti, Aida Nazwa, Dicky Listin Quarta, dan Fikrie. "PENGARUH MOTIVASI BOIKOT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAKANAN YANG TERAFFILIASI DENGAN ISRAEL PADA MASYARAKAT BANJARMASIN." *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Psikologi* 5, no. 3 (September 2025). <https://doi.org/https://jurnalp4i.com/index.php/paedagogy>.
- Rao, M. S. Harikrishna, Karunasree, Srikanth Kasturi, A. Parameshwar, dan Madhavilatha. *MARKETING RESEARCH*. 1 ed. 1. Himalaya Publishing, 2018. <https://dokumen.pub/marketing-research-2018.html>.
- Rohaya, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, dan Budi Dharma. "ANALISIS FAKTOR PERILAKU KONSUMSI TERHADAP KEPUTUSAN BOIKOT PRODUK ISRAEL: STUDI KASUS PADA GENERASI Z UNIMED." *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)* 13, no. 3 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36882>.
- Safira, Anggun, dan Peni Haryanti. "PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN.” *ISTISMAR : Jurnal Kajian, Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam* 8, no. 1 (2025).
- Sahab, Ali. *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS*. Airlangga University Press, 2018.
- Sahir, S. *Metodologi Penelitian*. 1 ed. Kbm Indonesia, 2021.
- Salsabila Wiena, Amalia. “Tantangan Memboikot Produk yang Mendukung Agresi Israel ke Palestina.” GoodStats Data. *Memboikot produk Israel dan yang terafiliasi dengan negara ini memiliki tantangan tersendiri terlebih jika kita sudah terbiasa menggunakan produk tersebut..*, 3 April 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/tantangan-memboikot-produk-yang-mendukung-agresi-israel-ke-palestina-8EYa3>.
- Santika, Erlina Puri. *Gerak Saham Unilever RI, Perusahaan yang Dilanda Isu Boikot Sebab Dianggap Pro-Israel*. 13 November 2023.
- Shirshat, Abhijeet. “All Are Welcome: An Introduction to the Hospitality Industry.” Article. *Consumer behavior*, t.t. Diakses 4 November 2025. https://workforce.libretexts.org/Bookshelves/Hospitality/All_Are_Welcome%3A_An_Introduction_to_the_Hospitality_Industry.
- Sidik. *Bela Palestina, Ben & Jerry’s Setop Jualan Es Krim di Israel*. CNBC Indonesia. 20 Juli 2021. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210720191533-17-262268/bela-palestina-ben-jerrys-setop-jualan-es-krim-di-israel>.
- Sirega, Lis Yulianti Syafrida. *MOTIVASI SEBAGAI PENGUBAHAN PERILAKU*. 11, no. 2 (2020).
- Subari, Wisnu Arto. Media Indonesia. *Ini Produk dalam Daftar Target Boikot terhadap Israel*, 17 November 2023. <https://mediaindonesia.com/internasional/630585/ini-produk-dalam-daftar-target-boikot-terhadap-israel>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. 19 ed. Alfabeta Bandung, 2013.
- Susanti, Leni, Weni Novandari, dan Refius Pradipta Setyanto. “The Effectiveness Of Social Media Campaigns On Boycott Participation: The Role Of Boycott Attitudes And Motivation.” *International Journal of Economics, Business and Innovation Research (IJEBIR)* 3, no. 4 (2024). <https://doi.org/https://doi.org/10.63922/ijebir.v3i04.1000>.
- Syarif, Muhyiddin, dan Sebastian Herman. “The influence of social media on the decision to boycott Israel-affiliated products among the Muslim community in Jabodetabek.” *Journal of Islamic Economics Lariba* 10, no. 2 (2024): 813–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art10>.
- Thania, Grace Sheila Kuss, dan Yunita Anggarini. “PENGARUH GAYA HIDUP, ONLINE FESTIVAL, DAN BEAUTY INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI MASA PANDEMI COVID - 19.” *CAKRAWANGSA BISNIS* 2, no. 2 (2021).
- Utami, Hermin Ayu, Eliada Herwiyanti, dan Irianing Suparlinah. “Pengaruh Sentimen Pasar Terhadap Pergerakan Harga Saham Pada Perusahaan Industri Manufaktur Pada Bursa Efek Indonesia.” *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)* 26, no. 1 (2024).

- Verplanken, Bas, dan Henk Aarts. "Habit, Attitude, and Planned Behaviour: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-Directed Automaticity?" *European Review of Social Psychology* 10, no. 1 (1999): 101–34. <https://doi.org/10.1080/14792779943000035>.
- Wafa, Izzul. *Penetrasi Internet Indonesia Konsisten Naik, Tembus 80% pada 2025*. GoodStats Data. Agustus 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-konsisten-naik-tembus-80-pada-2025-jSGpJ#:~:text=Negara%20dengan%20penetrasi%20tinggi%20umumnya,Pribadi%20di%20Internet%2C%20Wajib%20Dipahami!>
- Wahid, Abdul, dan Fitri. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen dengan Literasi Media sebagai Variabel Moderasi." *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Universitas Muhammadiyah Ponorogo) 10, no. 1 (2026).
- Wati, Dwi Wahyuni Rahma, Naning Fatmawatie, dan Nilna Fauza. "PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PRODUK KRIM PELEMBAB WAJAH FAIR & LOVELY." *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.30762/istithmar.v4i1.4>.
- Worthington, Everett L., Nathaniel G. Wade, Terry L. Hight, dkk. "The Religious Commitment Inventory--10: Development, Refinement, and Validation of a Brief Scale for Research and Counseling." *Journal of Counseling Psychology* 50, no. 1 (2003): 84–96. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.50.1.84>.
- Yonatan, Agnes. "Indonesia Habiskan 188 Menit per Hari Akses Media Sosial." GoodStats. *Warga indonesia habiskan 188 menit per hari di media sosial*, 3 Maret 2025. <https://goodstats.id/article/indonesia-habiskan-188-menit-per-hari-akses-media-sosial-qtU1j>.
- Zahid, Shafanisa, Hilwa, dan Kostaman. "Pengaruh Religiusitas dan Self Enhancement Terhadap Niat Memboikot pada Makanan Cepat Saji (Studi Kasus Konsumen Kota Depok)." *Great: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 2, no. 2 (2025): 117–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.61111/great.v2i2.913>.
- Zalsabilah, Tiara Arina, Nurul Akramiah, dan Eni Erwantiningsih. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN RINGAN DI TOKO LIERSNACK DI PASURUAN RAYA." *Seminar Nasional Dan Call For Paper 2025 Dengan Tema "Inovasi Inklusif Gender Dalam Sociopreneurship"*; PSGESI LPPM UWP, (Universitas Merdeka Pasuruan) 10, no. 1 (2025). <https://doi.org/https://doi.org/10.38156/gesi.v10i1.327>.
- Zuraidah. *Statistika Deskriptif*. 2 ed. IAIN Kediri Press, 2023.
- T.t. <https://bdsmovement.net/>.
- T.t. <https://www.unilever.co.id/brands/>.
- T.t. <https://kedirikota.go.id/page/kota-kediri>.