

DAFTAR PUSTAKA

- 1000logosnet. (2024). *Logo*. 1000logosnet. <https://1000logos.net/mcdonalds-logo/>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Abdul-Talib, A.-N., & Adnan, mohd M. M. (2017). Determinants of Consumer's Willingness to Boycott Surrogate Products. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2015-0065>
- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Afrillana, A., & Al-Khaidar, M. A. (2023). Opinion Leaders and Product Boycott Intentions: Factors Influencing Consumer Behavior in Support of Israel Boycott. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(2), 243–264. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2023.5.2.20166>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2010). *Predicting Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. Taylor & Francis Group.
- Aljarboa, H. S. (2014). Consumer Animosity. *International Journal of Management & Information Technology*, 10(4), 2052–2062. <https://doi.org/10.24297/ijmit.v10i4.630>
- Andrianie, S., Arofah, L., & Ariyanto, R. D. (2021). *Karakter Religius: Sebuah Tantangan Dalam Menciptakan Media Pendidikan Karakter*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Annur, C. M. (2023). *Perempuan Lebih Sering Konsumsi Makanan Cepat Saji Ketimbang Laki-laki*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/b483aeba392ea86/perempuan-lebih-sering-konsumsi-makanan-cepat-saji-ketimbang-laki-laki#:~:text=“Perempuan lebih sering mengonsumsi fast,pria hanya 44%2C5%25>
- Ansory, I. (2019). *Fiqih Niat*. Rumah Fiqih Publishing.
- Astini, R., Nugroho, A., Harwani, Y., & Tafiprios. (2019). *Pengantar Manajemen: Teori dan Konsep Dasar Manajemen Bagi Organisasi Modern dengan Pendekatan Studi Kasus Terkini*. Edu Pustaka.

- Balatbat, M. S., Ang, A. J. C., Castillo, K. C. O., Nañoz, J. E. R., Uy, P. K. A., Blasa-Cheng, A. C., Vergara, R. A. G., & Vergara, K. C. S. (2023). Check Out or Call Out: Attitude-Driven Boycott Intention in The Fashion Industry. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 4(10), 3653–3673. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.11594/ijmaber.04.10.20>
- Bara, K. (2022). *Ada Promo, McDonald's Buka Gerai Kedua di Kota Tasik Diserbu Pengunjung*. Kilangbara.Com. <https://kilangbara.com/2022/12/01/ada-promo-mcdonalds-buka-gerai-kedua-di-kota-tasik-diserbu-pengunjung/>
- Bayir, T., & Osmanoglu, H. (2022). A Study on Consumer Animosity, Negative WOM (nWOM), and Boycott Behaviours of Rival Football Fans. *Sosyoekonomi*, 30(53), 227–242. <https://doi.org/10.17233/sosyoekonomi.2022.03.12>
- BBC. (2023). *Apakah Fatwa MUI Soal Boikot Produk Pro Israel Akan Diikuti Umat Islam di Indonesia?* Wwww.Bbc.Com. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cz52vp85e80o>
- Caputo, A. (2018). Religious Motivation, Nepotism and Conflict Management in Jordan. *International Journal of Conflict Management*, 29(2), 146–166. <https://doi.org/10.1108/IJCMA-02-2017-0015>
- Citradi, T. (2020). *Heboh Boikot Produk Prancis, Negeri Macron “Berdarah-darah?”* Wwww.Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbciindonesia.com/news/20201027143131-4-197464/heboh-boikot-produk-prancis-negeri-macron-berdarah-darah?page=all>
- Council, N. R. (2003). *Attitudes, Aptitudes, and Aspirations of American Youth: Implications for Military Recruitment*. The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/10478>
- Daaruttarmizi. (2023). *10 Daerah dengan Julukan Kota Santri, Mana Saja?* Daaruttamizi.Id. https://www.daaruttarmizi.id/welcome/artikel_detail/10-Daerah-dengan-Julukan-Kota-Santri-Mana-Saja-25#:~:text=Tasikmalaya,sudah identik dengan pondok pesantren
- Dekhil, F., Jridi, H., & Farhat, H. (2017). Effect of Religiosity on the Decision to Participate in a Boycott: The Moderating Effect of Brand Loyalty – The Case of Coca-Cola. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 309–328. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2013-0008>
- Dictionary, C. (n.d.). *English Dictionary*. Dictionary.Cambrige.Org.

Dictionary, O. (n.d.). *Dictionary*. Oxfordlearnersdictionaries.Com.

Disastra, D., Novita, D., & Jaelani. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor di Bandar Lampung). *SMART: Strategy of Management and Accounting through Research and Technology*, 2(1), 55–66. <http://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/issue/archive>

Efendi, R., Sukidjo, & Bahrin, K. (2020). Faktor-Faktor Niat Membeli Makanan Berlabel Halal pada Mahasiswa Muslim Yogyakarta. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 70–79. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v6i1.514>

Fakriza, R., & Nurdin, 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.

Farah, M. F., & Newman, A. J. (2020). Exploring Consumer Boycott Intelligence Using a Socio-Cognitive Approach. *Journal of Business Research*, 63(4), 347–355. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.019>

Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, Widarman, A., Verawaty, Hasniaty, & Risakotta, T. K. (2023). *Produk Dan Merek*. PT Global Eksekutif Teknologi.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning dan Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan Program SmartPLS 3.0* (ed. 2). Universitas Dipenogoro.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) Using R*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (ed. 2). Sage.

Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT. Inkubator Penulis Indonesia.

Hamzah, H., & Mustafa, H. (2019). Exploring Consumer Boycott Intelligence Towards Israel-Related Companies in Malaysia An Integration of the Theory of Planned Behaviour with Transtheoretical Stages of Change. *Journal of*

- Islamic Marketing*, 10(1), 208–226. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0070>
- Haryono, P. D. H. S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Dengan AMOS LISREL PLS*. PT. Intermedia Personalia Utama.
- Hasibuan, L. (2023). *Ini Cabang McDonald's yang Ketar-Ketir dengan Seruan Boikot*. [Www.Cnbcindonesia.Com. https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231016151313-33-480955/ini-cabang-mcdonalds-yang-ketar-ketir-dengan-seruan-boikot](https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20231016151313-33-480955/ini-cabang-mcdonalds-yang-ketar-ketir-dengan-seruan-boikot)
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Icek Ajzen. (2005). *Attitudes, Personality, And Behavior* (ed. 2). Open University Press.
- Ideas. (2023). *Fatwa MUI Haram Beli Produk Israel, ini Kata Pakar Ekonomi Syariah*. Ideas.or.Id. <https://ideas.or.id/2023/11/15/fatwa-mui-haram-beli-produk-israel-ini-kata-pakar-ekonomi-syariah/>
- Ikhsan, R. R. N. I., & Sukardi. (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/jiegm.v11i1.1061>
- Indonesia, B. (2024). *Gerakan Boikot Sanksi Divestasi (BDS) di Indonesia*. Instagram. 3 Desember 2024
- KBBI. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kbbi.Web.Id.
- Kedaton, K. R. S. (2024). *8 Wisata Religi di Tasikmalaya, Masjid, hingga Makan Para Ulama*. Detik.Com. <https://www.detik.com/jabar/wisata/d-7395452/8-wisata-religi-di-tasikmalaya-masjid-hingga-makam-para-ulama#:~:text=Wisata religi di Tasikmalaya sangat,dengan banyaknya pondok pesantren tua>
- Keller, K. L., Aperia, T., & Georgson, M. (2012). *Strategic Brand Management a European Perspective*.
- Khoiruman, M., & Wariati, A. (2023). Analisa Motivasi Boikot (Boycott Motivation) Terhadap Produk Mc Donald Di Surakarta Pasca Serangan Israel Ke Palestina. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, 10(2), 247–257.
- Khraim, H. S. (2022). Exploring Factors Affecting Consumers' Intentions to

- Boycott French Products in Jordan. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 28, 355–377.
- Khuan, H., Setiawan, Z., Munizu, M., Sintesa, N., & Sono, M. G. (2023). Hubungan Keterikatan Merek Emosional, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Edunomika*, 8(1), 1–9.
- Kompas. (2009). *Mc Donald Tasikmalaya Didemo*. Edukasi.Kompas.Com. <https://edukasi.kompas.com/read/2009/01/01/18555055/~Regional~Jawa> pada tanggal 09
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. LPU-Unas. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-18-8>
- Kusnandar, V. B. (2022). *10 Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar Tahun 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/10-provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-tahun-2021>
- Lestari, P., & Jazil, T. (2024). The Role of Religiosity, Consumer Animosity, and Ethnocentrism in Explaining the Boycott Motivation. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 5(1), 134–152. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.47700/jiefes.v5i1.7755>
- Lubis, R. (2019). *Psikologi Agama: Dalam Bingkai Ke-Islaman Sebagai Pembentukan Kepribadian Seorang Islam*. Perdana Publishing.
- Lubis, R. B. (2024). *Survei GoodStats: Mayoritas Warga Indonesia Dukung Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-IOhHj>
- Marbun, D. S. N., & Simanjuntak, M. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 130–142. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.125>
- Marlianti, N. (2024). *Pemkot Tasikmalaya Terima Penghargaan Kota Wakaf 2024 dari Kemenag RI*. Tasikmalaya.Inews.Id. <https://tasikmalaya.inews.id/read/468658/pemkot-tasikmalaya-terima-penghargaan-kota-wakaf-2024-dari-kemenag-ri>
- Mattovana, J. B. (2018). *Analisis Pengaruh Animosity Terhadap Purchase Willingness Dan Purchase Unwillingness Pada Kedai Kopi Luar Negeri*. 1–13.

- McDonalds. (n.d.). *Logos*. Corporate.Mcdonalds.Com. Retrieved November 8, 2024, from <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd/our-stories/media-assets-library/logos.html#accordion-mobile-four-item-0359725201>
- McDonalds. (2023). *McDonald's Indonesia raih Top Digital Company Award 2023*. Mcdonalds.Co.Id. <https://www.mcdonalds.co.id/whats-on/mcdonalds-indonesia-raih-top-digital-company-award-2023>
- Mcdonalds Indonesia. (n.d.). *Sejarah McDonald's Indonesia*. Wwww.Mcdonalds.Co.Id. About Us %7C McDonald's Indonesia
- Merriam-webster. (n.d.). *Dictionary*. Merriam-Webster.Com.
- Muhamad, N., Khamarudin, M., & Fauzi, W. I. M. (2018). The Role of Religious Motivation In an International Consumer Boycott. *British Food Journal*, 199–217. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2018-0118>
- MUI. (2023). *Apakah Fatwa MUI Nomor 83 Tahun 2023: Mendukung Agresi Israel ke Palestina Hukumnya Haram*. Wwww.Mui.or.Id. <https://mui.or.id/baca/berita/fatwa-terbaru-mui-nomor-83-tahun-2023-mendukung-agresi-israel-ke-palestina-hukumnya-haram>
- Muslimah. (2016). *Nilai Religious Culture Di Lembaga Pendidikan*. Aswaja Pressindo.
- Naufal, I. (2023). *Enggan Sebut Palestina dan Gaza McDonald's Indonesia Dirujuk Netizen*. Wwww.Inilah.Com. <https://www.inilah.com/enggan-sebut-palestina-dan-gaza-mcdonalds-indonesia-dirujuk-netizen>
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Nugraha, I. (2021). *Demo Anti-Israel, McD dan KFC Ditutup Paksa*. Travel.Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2012/11/21/15403194/~Regional~Jawa>
- Palacios-Florencio, B., Revilla-Camacho, M. Á., Garzón, D., & Pradoo-Román, C. (2021). Explaining the Boycott Behavior: A Conceptual Model Proposal And Validation. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/cb.1937>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian*

- Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi dan Manajemen* (ed. 3). Widya Gama Press.
- Pasaribu, S. B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Media Edu Pustaka.
- Pratiwi, B., Jannah, K. M., Saraswati, R., Raihanah, S., & Suhud, U. (2021). Analisis Pengaruh Intention to Boycott pada Konsumen Produk Perancis di Indonesia. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 2(1), 257–276.
- Pratiwi, F. S. (2023). *8 Negara dengan Restoran McDonald's Terbanyak pada 2022*. Dataindonesia.Id. <https://dataindonesia.id/varia/detail/8-negara-dengan-restoran-mcdonalds-terbanyak-pada-2022>
- Purnama, F. (2023). *Cheka Sebut Kota Tasikmalaya Sudah Jadi Magnet Investasi yang Kuat*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/3693726/cheka-sebut-kota-tasikmalaya-sudah-jadi-magnet-investasi-yang-kuat>
- Puspadini, M. (2023). *Disebut Dukung Israel, Saham Starbucks hingga McD Berguguran*. Wwww.Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20231102093506-17-485734/disebut-dukung-israel-saham-starbucks-hingga-mcd-berguguran>
- Putri, D. Ek., Sudirman, A., Suganda, A. D., Kartika, R. D., Martini, E., Susilowati, H., Bambang, Trenggana, A. F. M., Zulfikar, R., Handayani, T., Kusuma, G. P. E., Triwardhani, D., Rini, N. K., Pertiwi, W. N. B., & Roslan, A. H. (2021). *Brand Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/348814/brand-marketing>
- Rahadi, D. R. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)* (Issue Juli). CV. Lentera Ilmu Madani.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/Pengantar Metodologi penelitian.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/Pengantar%20Metodologi%20penelitian.pdf)
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Reed, E., & Diongson, D. (2023). *History of McDonald's: Timeline and Facts*. Wwww.Thestreet.Com.
- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen*. UiN Khas Press.
- Riptiono, S. (2020). Pengaruh Allocentris dan Animosity Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Makanan Lokal dengan Ethnocentrism Sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–388.

<https://doi.org/10.17358/jabm.6.2.379>

- Rosana, E. (2018). Agama dan Sekularisme pada Masyarakat Moderen. *Al-Adyan*, 13(1), 135–151.
- Saefuloh, A. M. (2023). *Bela Palestina, Mahasiswa dan Warga di Kota Tasik Serukan Boikot Produk Terafiliasi Israel*. Kabartasikmalaya.Pikiran-Rakyat.Com. <https://kabartasikmalaya.pikiran-rakyat.com/kabartasikmalaya/pr-3257420342/bela-palestina-mahasiswa-dan-warga-di-kota-tasik-serukan-boikot-produk-terafiliasi-israel>
- Santoso, Afdal, & Niko, P. F. (2019). *Dinamika Konversi Agama Pada Masyarakat Adat Suku Akit*. SINT Publishing.
- Santoso, H., Akbar, Z., & Helmina. (2022). Analisis Sistem Informasi Keberhasilan Website Siap PPDB Online Dinas Pendidikan Provinsi Jambi dengan Metode Delone and Mclean. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi Dan Kehutanan*, 1(2), 1–11.
- Selya, A. S., Rose, J. S., Dierker, L. C., Hedeker, D., & Mermelstein, R. J. (2012). A Practical Guide to Calculating Cohen's f^2 , a Measure of Local Effect Size, from PROC MIXED. *Frontiers in Psychology*, 3(April), 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2012.00111>
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(12), 4043–4068. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EEB.2017.v06.i12.p01>
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perilaku dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Prenada Media.
- Setyawan, D. A. (2021). *Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Tahta Media Group.
- Sindarto, J., & Ellitan, L. (2022). Peran Citra Merek dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen: Sebuah Kajian Teoritis. *Ulil AlbabL Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3794–3807.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Suhud, U., Puter, C. D., & Wibowo, S. F. (2021). Measuring Brand Loyalty of Coffee Shop Visitors in Jakarta. *ASEAN Marketing Journal*, 9(1), 28–39. <https://doi.org/10.21002/amj.v9i1.8903>

- Susanti, R., Husni, D., & Fitriyani, E. (2014). Perasaan Terluka Membuat Marah. *Jurnal Psikologi*, 10(2).
- Sutrisno, A. (2024). International Legal Analysis of the Boycott Products Suspected of Supporting Genocide. *Iblam Law Review*, 4(1), 497–504. <https://doi.org/10.52249/ilr.v4i1.328>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tasik, K. (2024). *MAN 1 Kota Tasikmalaya Gelar Kegiatan Budaya Santri, Kenang Sejarah dan Bangkitkan Semangat Nasionalisme*. Jabar.Kemenag.Go.Id. https://jabar.kemenag.go.id/portal/isi_berita/man-1-kota-tasikmalaya-gelar-kegiatan-budaya-santri-kenang-sejarah-dan-bangkitkan-semangat-nasionalisme-okB3Ms
- Wijayanti, C. A., & Elicia, E. (2024). The Role of Ethnocentrism and Animosity on Willingness to Buy Chinese Products; Does Foreign Product Judgement Mediate the Relation? *Klabat Journal of Management*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.60090/kjm.v4i2>
- Yassin, S. (2022). The Mediation Role of Attitude toward Purchase in the Relationship between Country of Origin Image, Religiosity, Ethnocentrism, Animosity and Intentions to Purchase in the Egyptian Context. *International Journal of Social Science and Human Research*, 05(01), 233–261. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v5-i1-32>
- Zakaria, R., Benny, Syrif, & Asyfiyah. (2022). *Motivasi Religiusitas Di Balik Pemboikotan Produk Perancis Di Berbagai Negara*.
- Zakaria, S. A., Ahmad, S., & Wahid, H. (2015). Boikot McDonald: Hukum Pelaksanaannya di Malaysia dan Kesan terhadap Guna Tenaga. *EProsiding Seminar Fiqh Semasa (SeFis)*, 1–10.
- Zuraya, N. (2023). *Daftar Gerai McDonalds yang Memilih Mendukung Gaza*. Internasional.Republika.Co.Id. https://internasional.republika.co.id/berita/s2v4it383/daftar-gerai-mcdonalds-yang-memilih-mendukung-gaza#google_vignette