

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, nasrudin yahya. (2020). *Mahfud: Indonesia Negara Ismami, Bukan Negara Islam*.
https://nasional.kompas.com/image/2020/11/26/17341321/mahfud-indonesia-negara-islami-bukan-negara-islam?page=1&jxconn=1*1uq53ir*other_jxampid*WjFGTVhiY1VTV1ItX19EcjhOSTNCUzkyakJOdFpweGotanZDdDNYWGxCejY3OGtGYU1iZkxV VWpIV0MzMDR6bQ
- Agustin, F. (2016). *Wajar Saja Anak Muda Usia 20-an Sering Galau, Ini Alasannya!* <https://www.idntimes.com/hype/fun-fact/agustin/pasti-ini-5-alasan-yang-bikin-anak-muda-usia-20-an-sering-galau-1>
- Ali, B. J. (2021). Impact of consumer animosity, boycott participation, boycott motivation, and product judgment on purchase readiness or aversion of Kurdish consumers in Iraq. *Journal of Consumer Affairs*.
<https://doi.org/10.1111/joca.12350>
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- analisadataku. (2021). *Mengatasi Data Tidak Normal Dalam SEM*.
<http://www.olahdataskripsi.com/2017/03/analisis-sem-pada-data-tidak-normal.html?m=1>
- Barros, A. C. de, Duarte, C., & Cruz, J. B. (2011). *The Influence of Context on Product Judgement Presenting Assistive Products as Consumer Good*.
- BPS. (2020). Kabupaten Gresik Dalam Angka 2020. *Badan Pusat Statistik Kabupaten Gresik*, 1–414.
- Braunsberger, K., & Buckler, B. (2011). What motivates consumers to participate in boycotts: Lessons from the ongoing Canadian seafood boycott. *Journal of Business Research*, 64(1), 96–102.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.12.008>
- Desmet, P., & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience.

International Journal of Design, 1(1), 57–66.

- Dian. (2020). *Jokowi Kecam Pernyataan Presiden Perancis yang Dinilai Hina Islam*. <https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/10/31/14553841/jokowi-kecam-pernyataan-presiden-perancis-yang-dinilai-hina-islam>
- DPM, & PTSP. (2021). *Kondisi Geografis Wilayah Kabupaten Gresik*. http://gwjsoft.com/gresik/kondisi_geografis/
- Egi, sukma. (2017). *Peran Keluarga dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk*. <https://www.kompasiana.com/sanusi1987/5a256ed459b13023b51276e2/peran-anggota-keluarga-dalam-mempengaruhi-keputusan-pembelian-produk>
- Fajria. (2020). *Ini Daftar Produk Prancis di Indonesia yang Ramai Seruan Boikot, Apa Saja?* <https://www.wartaekonomi.co.id/read311906/ini-daftar-produk-prancis-di-indonesia-yang-ramai-seruan-boikot-apa-saja>
- Fakriza, R., & Nurdin, R. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Boikot Dengan Loyalitas Merek Sebagai Variabel Moderasi Pada Kfc Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi ...*, 4(1), 206–216. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/9068>
- Gardberg, N. A., & Newburry, W. (2013). Who Boycotts Whom? Marginalization, Company Knowledge, and Strategic Issues. *Business and Society*, 52(2), 318–357. <https://doi.org/10.1177/0007650309352507>
- Gresik.info. (2021). *Dikenal Sebagai Kota Industri, Inilah Contoh 4 Industri Besar yang ada di Gresik*. <https://www.gresik.info/dikenal-sebagai-kota-industri-inilah-contoh-4-industri-besar-yang-ada-di-gresik.html>
- Haryono, S. (2017). *METODE SEM AMOS LISEREL PLS*.
- Hendrasto, F. (2017). Peran Identifikasi Merek dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Cinta kepada Merek. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(2), 94. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i2.1761>
- Ifana, V. M., & Suryani, T. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan pada loyalitas merek pakaian ZARA. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.1302>
- Irana, D., & Lubis, D. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan.

- Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- KBBI. (2021). *Boikot*. <https://kbbi.web.id/boikot>
- Kotler, P. dan K. Lane K. (2013). Strategic Brand Management: New Approaches to Creating and Evaluating Brand Equity. In *Journal of Marketing* (Vol. 58, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/1252315>
- Kozinets, R. V. (1998). Ensouling Consumption : A Netnographic Exploration of The Meaning of Boycotting Behavior. *Advances in Consumer Research*, 25(August), 475–481.
- Kumparan.com. (2020). *Ini Alasan Mengapa Aceh Dijuluki Serambu Mekah*. <https://kumparan.com/kumparantravel/ini-alasan-mengapa-aceh-dijuluki-serambi-makkah-1tGCdFBW4aQ>
- Mirza, F., Ashraf, S., & Jahangir, H. B. (2020). The Impact of Religiously Motivated Consumer Boycotts on Product Judgment, Brand Image and Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 384–402. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/7902>
- Muhamad, N., Khamarudin, M., & Fauzi, W. I. M. (2019). The role of religious motivation in an international consumer boycott. *British Food Journal*, 121(1), 199–217. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2018-0118>
- Nasrudin. (2020). *No Title*. <https://amp.kompas.com/nasional/read/2020/11/26/17341321/mahfud-indonesia-negara-islami-bukan-negara-islam>
- Nasrul. (2014). *Majlis Taklim Ciri Khas Islam Nusantara*. <https://www.republika.co.id/berita/mz7jbt/majelis-taklim-ciri-khas-islam-nusantara>
- Nguyen. (2015). *The Impact of Consumer Animosity and Consumer Ethnocentrism on Intention to Purchase Foreign Products: The Case of Chinese Branded Household Appliances in Vietnam Market*. 7(4), 2015. <http://weekly.cnbnews.com/news/article.html?no=124000>
- Nurochani, N., & Mulyana, D. (2017). PENGARUH SERVICESCAPE DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Klinik Bersalin Bunga Mawarni Kota Banjar). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 10–15. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.11.1.11-15>

- Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 73–81. <https://doi.org/10.9744/jmk.9.1.pp.73-81>
- Rahmat. (2019). *Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pelanggan*. November 2017. <https://doi.org/10.24912/jm.v21i3.256>
- Rasni. (2020). *Inilah Kata-kata Presiden Prancis Emmanuel Macron Disebut Hina Islam dan Nabi Muhammad SAW*. <https://makassar.tribunnews.com/amp/2020/10/30/inilah-kata-kata-presiden-prancis-emmanuel-macron-disebut-hina-islam-dan-nabi-muhammad-saw>
- Rusandy, D. S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Titin Trenggalek. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v2i1.25>
- Sandu Siyoto, & Sodik, M. A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN* (1st ed.).
- Shamir, O., & Ben-Porat, G. (2007). Boycotting for Sabbath: Religious consumerism as a political strategy. *Contemporary Politics*, 13(1), 75–92. <https://doi.org/10.1080/13569770701246245>
- Shaw, D., Newholm, T., & Dickinson, R. (2006). Consumption as voting: An exploration of consumer empowerment. *European Journal of Marketing*, 40(9–10), 1049–1067. <https://doi.org/10.1108/03090560610681005>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Sukma, A. (2012). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SIM CARD FLEXI TRENDY PADA PT . TELKOM DI KOTA BANDAR LAMPUNG ANALYSIS OF FACTORS WHICH INFLUENCE THE CUSTOMER ' S LOYALTY PRODUCED BY SIM CARD FLEXI TRENDY AT PT . TELKOM IN BANDAR LAMPU*. 3, 53–76.

- Syahrum, & Salim. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF.pdf* (p. 184).
- Tim Detik.com. (2020). *Bergema Seruan Boikot Produk Prancis dari Majelis Ulama Indonesia*. <https://news.detik.com/berita/d-5235701/bergema-seruan-boikot-produk-prancis-dari-majelis-ulama-indonesia/2>
- Triandewo, M. A., & Yustine. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 13–24. <https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743>
- Umar, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan Pada Penerbangan Low Cost Carrier. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*, 1(2), 127–138.
- Vristiyana, V. M. (2019). *Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal*. 85–100.
- Widya, A. P. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Telepon Seluler di Surakarta). *Skripsi*, 1–70.
- Wikipedia. (2021a). *Agama di Indonesia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Agama_di_Indonesia#:~:text=Menurut hasil Sensus Penduduk Indonesia,0%2C04%25 agama lainnya.
- Wikipedia. (2021b). *Daftar Organisasi Massa Islam Di Indonesia*. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Daftar_organisasi_massa_Islam_di_Indonesia
- Yuksel, U. (2013). Non-participation in Anti-consumption: Consumer Reluctance to Boycott. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 204–216. <https://doi.org/10.1177/0276146713484153>
- Zulkarnain, Z. (2011). Tradisi Kajian Keislaman Dalam Perspektif Ormas Di Indonesia. *Al-Adyan*, 6(1), 99–111. <https://doi.org/10.24042/adyan.v6i1.493>