

PENGARUH *ANIMOSITY*, *PRODUCT JUDGMENT*, DAN *BOYCOTT PARTICIPATION* TERHADAP *PURCHASE UNWILLINGNESS* PRODUK PRO ISRAEL (STUDI KASUS GENERASI Z DI DKI JAKARTA)

ULFATUNNISA

1707621060



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE INFLUENCE OF ANIMOSITY, PRODUCT JUDGEMENT, AND
BOYCOTT PARTICIPATION ON PURCHASE UNWILLINGNESS OF PRO-
ISRAEL PRODUCTS (A CASE STUDY OF GENERATION Z IN SPECIAL
REGION OF JAKARTA)***

ULFATUNNISA

1707621060



Intelligentia - Dignitas

***The thesis was compiled to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor
of Education Degree at the Faculty of Economics and Business Jakarta State
University***

BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

ABSTRAK

ULFATUNNISA, Pengaruh *Animosity*, *Product Judgement*, dan *Boycott Participation* terhadap *Purchase Unwillingness* Produk Pro-Israel (Studi Kasus Generasi Z di DKI Jakarta). Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *animosity*, *product judgement*, dan *boycott participation* terhadap *purchase unwillingness* terhadap produk pro-Israel pada generasi z di DKI Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z yang berdomisili di DKI Jakarta dan pernah mengonsumsi produk Starbucks. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive sampling*, dengan jumlah 150 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang diolah menggunakan *software* SPSS dan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *animosity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *boycott participation* dan *purchase unwillingness*, namun tidak berpengaruh terhadap *product judgement*. Selanjutnya, *boycott participation* berpengaruh signifikan terhadap *purchase unwillingness*, namun tidak berpengaruh terhadap *product judgement*. Selain itu, *boycott participation* terbukti memediasi pengaruh *animosity* terhadap *purchase unwillingness*, sedangkan *product judgement* tidak memediasi hubungan tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap strategi pemasaran yang mempertimbangkan nilai sosial.

Kata Kunci: *Animosity*; *Boycott Participation*; *Product Judgement*; *Purchase Unwillingness*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

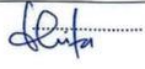
ULFATUNNISA, *The Influence of Animosity, Product Judgement, and Boycott Participation on Purchase Unwillingness of Pro-Israel Products (A Case Study of Generation Z in Special Region of Jakarta)*. Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2025.

This study aims to examine the influence of animosity, product judgment, and boycott participation on purchase unwillingness toward pro-Israel products among Generation Z in DKI Jakarta. The research employed a quantitative method with a survey approach. The population consisted of Generation Z individuals residing in DKI Jakarta who had previously consumed Starbucks products. A purposive sampling technique was used to select 150 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale. The data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with SPSS and AMOS software. The results indicate that animosity has a positive and significant effect on both boycott participation and purchase unwillingness but does not affect product judgment. Furthermore, boycott participation significantly influences purchase unwillingness, whereas product judgment does not. Additionally, boycott participation is proven to mediate the effect of animosity on purchase unwillingness, while product judgment does not serve as a mediator. This study contributes to marketing strategies that incorporate social values.

Keywords: Animosity; Boycott Participation; Product Judgement; Purchase Unwillingness.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
PenanggungJawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohammad Rizan, S.E., M.M NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua Sidang)		23-07-2025
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		23-07-2025
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		22-07-2025
4	Dita Puruwita, M.Si., Ph.D NIP. 198209082010122004 (Pembimbing 1)		23-07-2025
5	Nadya Fadillah Fidayallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		24-07-2025
Nama : Ulfatunnisa No. Registrasi : 1707621060 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 14 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Juli 2025



Ulfatunnisa

NIM. 1707621060

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ulfatunnisa
NIM : 1707621060
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Pendidikan Bisnis
Alamat email : ulfatn68@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Animosity*, *Product Judgement*, dan *Boycott Participation* terhadap *Purchase Unwillingness* Produk Pro-Israel (Studi Kasus Generasi Z di DKI Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Agustus 2025

Penulis

Ulfatunnisa

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT. karena atas berkat dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Animosity*, *Product Judgement*, dan *Boycott Participation* terhadap *Purchase Unwillingness* Produk Pro-Israel (Studi Kasus Generasi Z di DKI Jakarta)”. Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak mampu terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan saran, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan baik, semoga Allah SWT memberikan kemudahan untuk apapun yang ibu kerjakan.
3. Nadya Fadillah Fidhayallah, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan saran, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan baik, semoga Allah SWT memberikan kemudahan untuk apapun yang ibu kerjakan.
4. Seluruh Dosen Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta atas ilmu yang diberikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta, semoga ilmu yang diberikan kepada penulis senantiasa menjadi amal jariyah untuk seluruh dosen.
5. Staf program studi Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah senantiasa membantu administrasi penulis selama menjadi mahasiswa.

6. Orang tua tercinta ayah M. Yasin dan mama Bahariah, serta abang yang senantiasa memberikan kasih sayang, memberikan dukungan penuh, dan memanjatkan doa di sepanjang perjalanan kehidupan penulis. Semoga Allah SWT melindungi kalian dalam ketaatan.
7. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan, Arista Ivana Putri, Ayu Tri Lestari, Jasmin Az-zahra, dan Melanie Azalia Chairunnisa yang telah menemani dan memberikan warna selama masa perkuliahan, serta memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teruntuk diri saya sendiri, Ulfatunnisa. Terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan semangat dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan skripsi ini serta mampu bertahan dalam masa-masa sulit, terus belajar dari kegagalan, dan tidak menyerah hingga tujuan ini mampu tercapai. Semoga capaian ini menjadi pijakan untuk terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih baik di masa depan.
9. Seluruh pihak yang telah memberikan semangat dalam mengerjakan penelitian ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga diberikan kemudahan dalam setiap langkah yang kalian pijak.

Sebagai penutup, saya sebagai penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun dan memajukan sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 10 Juli 2025

Penyusun,

Ulfatunnisa

NIM. 1707621060

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Teori Pendukung	14
2.1.1 Purchase Unwillingness	14
2.1.2. Animosity.....	16
2.1.3. Product Judgment.....	19

2.1.4.	Boycott Participation.....	22
2.2.	Penelitian yang Relevan	24
2.3.	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Product Judgment</i>	38
2.3.2.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i>	39
2.3.3.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Boycott Participation</i>	40
2.3.4.	Pengaruh <i>Product Judgment</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i>	41
2.3.5.	Pengaruh <i>Boycott Participation</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i>	41
2.3.6.	Pengaruh <i>Product Judgment</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>Animosity</i> dan <i>Purchase Unwillingness</i>	42
2.3.7.	Pengaruh <i>Boycott Participation</i> Dalam Memediasi Hubungan Antara <i>Animosity</i> dan <i>Purchase Unwillingness</i>	43
2.4.	Kerangka Penelitian dan Perumusan Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN		46
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	46
3.2	Desain Penelitian	46
3.3	Populasi dan Sampel.....	47
3.4	Pengembangan Instrumen	49
3.4.1.	<i>Purchase Unwillingness</i> (Y)	49
3.4.2.	<i>Animosity</i> (X)	50
3.4.3.	<i>Product Judgment</i> (Z1)	53
3.4.4.	<i>Boycott Participation</i> (Z2)	55
3.5	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6	Teknik Analisis Data	57
3.6.1.	Uji Validitas	58

3.6.2.	Uji Reliabilitas	58
3.6.3.	Evaluasi Kesesuaian Model	58
3.6.4.	Uji Hipotesis (<i>Path Analysis</i>).....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Deskripsi Data	62
4.1.1.	Profil Responden.....	62
4.1.2.	Analisis Deskriptif	65
4.2	Hasil.....	74
4.2.1.	Uji Validitas	74
4.2.2.	Uji Reliabilitas	79
4.2.3.	Uji Kesesuaian Model.....	79
4.2.4.	Uji Hipotesis.....	82
4.3	Pembahasan	82
4.3.1.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Product Judgement</i>	82
4.3.2.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i>	84
4.3.3.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Boycott Participation</i>	85
4.3.4.	Pengaruh <i>Product Judgment</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i>	86
4.3.5.	Pengaruh <i>Boycott Participation</i> terhadap <i>Purchase Unwiilingness</i>	88
4.3.6.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i> melalui <i>Product Judgement</i>	89
4.3.7.	Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Purchase Unwillingness</i> melalui <i>Boycott Participation</i>	91
BAB V PENUTUP.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Implikasi.....	95

5.2.1.	Implikasi Teoritis	95
5.2.2.	Implikasi Praktis.....	95
5.3	Keterbatasan Penelitian	97
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN-LAMPIRAN		106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		119



Intelligentia - Dignitas