THE EFFECT OF POLITICAL CONSUMERISM, MORAL INTENSITY NEWS FRAMING, AND PEER PRESSURE ON BOYCOTT INTENTION

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana

HERMAN GALA
NIM. B1021211036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

THE EFFECT OF POLITICAL CONSUMERISM, MORAL INTENSITY NEWS FRAMING, AND PEER PRESSURE ON BOYCOTT INTENTION

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana

HERMAN GALA
NIM. B1021211036

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2025

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Nama	:	Herman Gala
NIM	:	B1021211036
Jurusan	:	Manajemen
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran
Judul Karya Akhir	:	*The Effect of Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, and Peer Pressure on Boycott Intention*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya akhir dengan judul tersebut diatas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir)

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Karya Akhir dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 10 Januari 2025

Herman Gala
NIM B1021211036

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Herman Gala
Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi*	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

Judul Karya Akhir* :
The Effect of Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, and Peer Pressure on Boycott Intention

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 10 Januari 2025

Herman Gala
NIM. B1021211036

LEMBAR YURIDIS

THE EFFECT OF POLITICAL CONSUMERISM, MORAL INTENSITY NEWS FRAMING, AND PEER PRESSURE ON BOYCOTT INTENTION

Penanggung Jawab Yuridis

Herman Gala
(B1021211036)

Jurusan	: Manajemen
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 10 Januari 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. NIP. 197305012003122001		
Pembimbing 2	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. NIP. 196908171995121004		
Penguji 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005		
Penguji 2	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001		

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus
oleh Majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir
Program MBKM Riset dan Komprehensif untuk
memperoleh gelar Sarjana.

Pontianak,
Koordinator Program Studi Manajemen

Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
NIP. 199205082019031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul "***The Effect of Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, and Peer Pressure on Boycott Intention***" dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan program strata satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak. Karya akhir ini dipersembahkan kepada Ayah dan Ibu tercinta penulis.

Penulis juga banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus sebagai dosen pembimbing lapangan pada MBKM Riset Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.M., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen sekaligus penguji pada MBKM Riset Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura dan Dosen Penguji di MBKM Riset.
6. Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik di MBKM Riset yang telah memberikan bimbingan dan nasehat selama proses pembelajaran serta telah sabar memberikan waktu, tenaga dan motivasi selama proses penyusunan karya akhir ini.
7. Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. selaku dosen penguji di MBKM Riset yang telah memberikan masukan kritis yang sangat berharga dalam menyempurnakan karya akhir ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.
9. Staf Akademik, Tata Usaha dan Tenaga Kependidikan lainnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan karya ini.
10. Septiani, kekasih tercinta, yang telah memberikan dukungan penuh, semangat, dan kebersamaan dalam setiap langkah penyelesaian skripsi ini,

serta tetap menjadi sumber inspirasi dan kekuatan dalam menjalani proses akademik yang tidak mudah.

11. Kristina, Ida Laila, Jelina, (kakak) dan Yesaya (Abang) yang senantiasa memberikan dorongan moral dan kasih sayang, serta menjadi sumber semangat yang tak ternilai.
12. Teman-teman Kelas A Manajemen Reguler Angkatan 2021, yang telah bersama-sama melewati setiap tantangan dan kebersamaan yang penuh makna selama masa studi ini.
13. Keluarga besar penulis, yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan semangat, baik dalam suka maupun duka, yang menjadi salah satu pilar utama dalam perjalanan hidup penulis.
14. Teman-teman tercinta yang selalu memberikan warna dalam hidup penulis:
    - Eduardo Wandika Febrian, sahabat sejati penulis yang selalu memberikan suport dan semangat yang luar biasa.
    - Elma Hendrik Figi Lioes, teman menjelajahi hutan, bekerja di industri perikanan bagian mancing, dan teman bermain game untuk menghilangkan stress.
    - Doni Bagaskara Caesar Laire, teman terbaik penulis dikampus sekaligus teman bermain game yang selalu mendukung segala aktivitas dan kegiatan penulis dikampus.
    - Fahri, teman berdebat penulis disegala kegiatan dikampus
    - Muhammad Sholihin, Deri Saputra, Vinsensius Vemas, dan teman-teman seperjuangan yang lainnya yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan MBKM Riset ini
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa yang sangat berarti bagi penulis. Tanpa kontribusi dan peran mereka, penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima segala kritik dan saran yang dapat menjadi masukan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi kontribusi yang berarti bagi para pembaca dan peneliti lainnya.

Pontianak, 10 Januari 2025

Herman Gala
NIM. B1021211036

The Effect of Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, and Peer Pressure on Boycott Intention

Herman Gala

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Boikot konsumen merupakan tindakan protes kolektif yang semakin penting di era globalisasi dan kemajuan teknologi. Di Indonesia, konflik Palestina-Israel telah menjadi pemicu emosional yang signifikan sehingga memicu boikot terhadap merek seperti KFC Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Political Consumerism, Moral Intensity News Framing,* dan *Peer Pressure* terhadap *Boycott Intention,* dengan *Social Media Response* sebagai variabel mediasi. Kemudian metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari 415 responden aktif KFC, dan analisisnya menggunakan aplikasi SMART-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Moral Intensity News Framing* dan *Peer Pressure* berpengaruh signifikan terhadap *Boycott Intention*, sedangkan *Political Consumerism* berpengaruh positif terhadap *Social Media Response*. *Social Media Response* terbukti menjadi mediator yang mempererat hubungan antara *Political Consumerism* dan *Boycott Intention*. Temuan ini menunjukkan perlunya perusahaan, termasuk KFC, untuk mengintegrasikan unsur *political consumerism* ke dalam strategi pemasaran mereka dan memperkuat komunikasi dengan konsumen melalui media sosial.

Kata kunci : *Boycott Intention, Moral Intensity News Framing, Peer Pressure, Political Consumerism, Social Media Response.*

The Effect of Political Consumerism, Moral Intensity News Framing, and Peer Pressure on Boycott Intention

Herman Gala

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

Consumer boycott is an act of collective protest that is increasingly important in the era of globalization and technological advancement. In Indonesia, the Palestine-Israel conflict has become a significant emotional trigger, prompting boycotts of brands such as KFC Indonesia. This study aims to analyze the effect of political consumerism, moral intensity news framings, and peer pressure on consumer boycott intentions towards KFC, with social media response as a mediating variable. Then, the research methodology uses a quantitative approach, and data were collected from 415 active KFC respondents, and the analysis used the SMART-PLS application. The results of the study indicate that moral intensity news framing and peer pressure significantly influence boycott intentions, while political consumerism has a positive effect on social media response. Social media response is proven to be a mediator that strengthens the relationship between political consumerism and boycott intentions. These findings indicate the need for companies, including KFC, to integrate elements of political consumerism into their marketing strategies and strengthen communication with consumers through social media.

Keywords : *Boycott Intention, Moral Intensity News Framing, Peer Pressure, Political Consumerism, Social Media Response.*

RINGKASAN KARYA AKHIR

THE EFFECT OF POLITICAL CONSUMERISM, MORAL INTENSITY NEWS FRAMING, AND PEER PRESSURE ON BOYCOTT INTENTION

1. Latar Belakang

Boikot konsumen adalah bentuk protes kolektif yang semakin relevan di era globalisasi, dipicu oleh faktor moral, sosial, dan politik seperti isu hak asasi manusia, lingkungan, dan konflik internasional. Di Indonesia, konflik Palestina-Israel sering memicu reaksi emosional, termasuk seruan boikot. Pada akhir 2023, KFC Indonesia mengalami penurunan penjualan signifikan akibat tuduhan induk perusahaannya mendukung Israel, mengakibatkan rugi bersih Rp348,83 miliar pada semester I 2024. Dukungan boikot mencapai 70% berdasarkan survei Lembaga Survei Indonesia (LSI), dengan media sosial memainkan peran besar melalui tagar #BoikotKFC.

Penelitian tentang faktor yang memengaruhi niat konsumen untuk boikot masih terbatas, terutama dalam konteks integrasi tiga faktor utama: *political consumerism*, *moral intensity news framing*, dan *peer pressure*. *Political consumerism* merujuk pada keputusan pembelian berdasarkan keyakinan politik atau etika, sementara *moral intensity news framing* menyoroti bagaimana pemberitaan moral memengaruhi persepsi dan urgensi isu. *Peer pressure* mendorong individu menyesuaikan diri dengan norma sosial kelompok. Respon media sosial bertindak sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh faktor-faktor ini terhadap niat boikot.

Penelitian ini bertujuan memahami pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap niat konsumen untuk memboikot KFC, sekaligus memberikan wawasan bagi perusahaan tentang bagaimana isu moral dan politik memengaruhi hubungan dengan konsumen. Dengan meningkatnya kesadaran moral, penelitian ini memberikan kontribusi bagi literatur akademis dan strategi bisnis untuk menghadapi tantangan konsumen yang semakin kritis terhadap isu sosial dan politik.

2. Tujuan Penelitian

1) Untuk mengidentifikasi pengaruh *political consumerism* terhadap *social media response*

2) Untuk mengidentifikasi pengaruh *moral intensity news framing* terhadap *boycott intention*

3) Untuk mengidentifikasi pengaruh *peer pressure* terhadap *boycott intention*

4) Untuk mengidentifikasi pengaruh *social media response* terhadap

boycott intention

5) Untuk mengidentifikasi hubungan antara political consumerism dan *boycott intention* dengan *social media response* sebagai variabel mediasi

3. Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data agar dapat diukur secara numerik. Teknik sampling acak digunakan sebagai metode penarikan sampel dalam penelitian ini dari populasi yang diteliti, yaitu konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk KFC di Indonesia dan mengetahui isu terkait boikot produk KFC dengan sampel sebanyak 415 responden yang dipilih acak dari populasi yang relevan. Adapun kriteria responden yaitu merupakan konsumen aktif KFC di Indonesia, Rentang usia 18 hingga 50 tahun, serta termasuk berbagai latar belakang pendidikan dan profesi.

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan menggunakan aplikasi SMART-PLS (Structural Equation Modeling with Partial Least Squares). Analisis yang dilakukan termasuk deskriptif menggunakan PLS-SEM algorithm untuk memberikan gambaran umum tentang sampel dan variabel-variabel penelitian yang meliputi validitas konvergensi, validitas diskriminan, reliabilitas, R-square kemudian path analysis (korelasi dan regresi) untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya, serta analisis mediasi untuk mengeksplorasi peran respons media sosial sebagai variabel yang menjembatani hubungan antara variabel dalam penelitian

4. Hasil Penelitian

1) Hipotesis Pertama yakni *Moral Intensity News Framing* mempengaruhi *Boycott Intention* dinyatakan diterima karena moral intensity news framing mempengaruhi boycott intention dengan signifikansi tinggi
2) Hipotesis yang kedua yakni *Peer Presure* mempengaruhi *Boycott Intention* dinyatakan diterima karena hasil analisis juga mengungkapkan bahwa *peer pressure* berpengaruh signifikan terhadap *boycott intention*
3) Hipotesis ketiga yakni *Political Consumerism* mempengaruhi *Social Media Response* dinyatakan diterima karena *political consumerism* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social media response*
4) Hipotesis keempat yakni *Social Media Response* mempengaruhi *Boycott Intention* juga dinyatakan diterima karena *social media response* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *boycott intention*
5) Hipotesis terakhir yakni *Social Media Response* memediasi hubungan antara *Political Consumerism* dengan *Boycott Intention*. Analisis menunjukkan bahwa *social media response* berperan sebagai mediator

dalam hubungan antara *political consumerism* dan *boycott intention*

5. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh political consumerism, moral intensity news framing, dan peer pressure terhadap boycott intention, serta peran social media response sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa moral intensity news framing dan peer pressure juga terbukti berperngaruh positif dan signifikan terhadap niat boikot. Selain itu, political consumerism juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap social media response dan social media response berpengaruh positif terhadap boycott intention. Social media response berfungsi sebagai mediator yang menghubungkan political consumerism dengan boycott intention, dimana variabel social media response ini memperkuat pegaruh political consumerism terhadap boycott intention.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar perusahaan, termasuk KFC Indonesia, mengintegrasikan elemen political consumerism dalam strategi pemasaran mereka untuk menarik konsumen yang peduli terhadap isu sosial dan politik. Penting juga bagi KFC untuk aktif menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen melalui media sosial, serta memantau framing berita yang berkaitan dengan merek mereka. Mengedukasi konsumen tentang dampak dari tindakan boikot dan pentingnya konsumerisme yang bertanggung jawab juga sangat dianjurkan.

DAFTAR ISI

JUDUL i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv

INTRODUCTION 179
LITERATURE REVIEW 181
Boycott Intention 181
Moral Intensity News Framing 181
Peer Pressure 181
Political Consumerism 181
Social Media Response 182
Moral Intensity News Framing and Boycott Intention 182
Peer Pressure and Boycott Intention 182
Political Consumerism and Social Media Response 182
Social Media Response and Boycott Intention 182
Social Media Response mediates the relationship between the Political Consumerism variable and Boycott Intention 183
RESEARCH METHODS 184
RESULTS AND DISCUSSION 184
RESULTS 184
DISCUSSION 190
CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS 191
REFERENCES 192

DAFTAR TABEL

Table 1. *Respondent Characteristic* 185
Table 2. *Factor Loading* 185
Table 3. *Discriminant Validity* 187
Table 4. *Average Variance Extracted (AVE)* 188
Table 5. *Cronbach's Alpha & Composite Reliability* 188
Table 6. *R-Square Value* 188
Table 7. *Hypothesis Testing Results* 189

DAFTAR GAMBAR

Figure 1. *Conceptual Framework* 183
Figure 2. *Algorithm Model Results* 187
Figure 3. *Bootstrapping Model Results* 189