# *DO ANIMOSITY, PRODUCT JUDGMENT, AND BOYCOTT PARTICIPATION INFLUENCE PURCHASE UNWILLINGNESS?*

**KARYA AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan**
**Memperoleh Gelar Sarjana**

**ANNISA FITRI**
**NIM. B1021211133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TANJUNGPURA**
**PONTIANAK**
**2025**

# *DO ANIMOSITY, PRODUCT JUDGMENT, AND BOYCOTT PARTICIPATION INFLUENCE PURCHASE UNWILLINGNESS?*

**KARYA AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan**
**Memperoleh Gelar Sarjana**

**ANNISA FITRI**
**NIM. B1021211133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TANJUNGPURA**
**PONTIANAK**
**2025**

## PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Annisa Fitri |
| NIM | : | B1021211133 |
| Jurusan | : | Manajemen |
| Program Studi | : | Manajemen Reguler A |
| Konsentrasi | : | Pemasaran |
| Judul Proposal | : | *Do Animosity, Product Judgment, and Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?* |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, 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




Annisa Fitri

NIM. B1021211133

## PERTANGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini

| | |
|---|---|
| Nama | : Annisa Fitri |
| Jurusan | : Manajemen |
| Program Studi | : Manajemen Reguler A |
| Konsentrasi | : Pemasaran |
| Tanggal Ujian | : 10 Januari 2025 |

Judul Karya Akhir :
*Do Animosity, Product Judgment, and Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?*

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



Annisa Fitri
NIM. B1021211133

## LEMBAR YURIDIS

## DO ANIMOSITY, PRODUCT JUDGMENT, AND BOYCOTT PARTICIPATION INFLUENCE PURCHASE UNWILLINGNESS?

Penanggung jawab Yuridis

Annisa Fitri
B1021211133

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

MAJELIS PENGUJI

| Majelis Penguji | NAMA<br>NIP | Tgl/bln/thn | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| Pembimbing 1 | Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.<br>NIP. 198502072006042001 | 17/01/2025 | |
| Pembimbing 2 | Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.<br>NIP. 197407251998022001 | 17/01/2025 | |
| Penguji 1 | Dr. Barkah, S.E., M.Si.<br>NIP. 196502201990032004 | 17/01/2025 | |
| Penguji 2 | Ana Fitriana, S.E., M.M.<br>NIP. 198506182019032011 | 20/01/2025 | |

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

Pontianak, 10 JAN 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

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

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul ***"Do Animosity, Product Judgment, And Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?"*** dengan baik. Karya akhir ini disusun 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 penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rasa hormat kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang selalu menjadi sumber inspirasi, doa, dan dukungan dalam setiap langkah penulis.

Selama proses penyusunan karya akhir ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa 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. Bapak Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bapak Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Prodi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Mata Kuliah Seminar Manajemen Pemasaran, yang dengan tulus memberikan arahan tentang penulisan yang sistematis dan benar. Bimbingan beliau sangat membantu penulis dalam memperlancar proses penulisan dan penyelesaian karya akhir ini.
7. Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Riset, yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini. Dengan penuh dedikasi, beliau senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan yang jelas dan konstruktif di setiap tahap, mulai dari penyusunan latar belakang hingga kesimpulan, sehingga memungkinkan penulis untuk mencapai hasil yang maksimal.
8. Dosen Panitia MBKM riset manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan dalam proses penyelesaian laporan akhir.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan berlangsung.
10. Keluarga besar yang selalu memberikan doa dan perhatian kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Ucapan terima kasih khusus juga

penulis sampaikan kepada kakak-kakak tercinta, Laily Nurhasanah dan Siti Rahmawati, yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi, terutama di saat penulis mengalami tekanan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

11. Program Kartu Indonesia Pintar-Kuliah yang telah memberikan bantuan berupa beasiswa kepada penulis, sehingga memungkinkan penulis untuk menyelesaikan studi tepat waktu.
12. Rekan pejuang riset yakni Yundari, Yuni Hermawati, Anzil Saputri, Shifa Apriliani serta teman teman satu bimbingan yang tidak dapat ditulis satu per satu yang telah bersama berjuang dari awal hingga selesai dalam proses penulisan tugas akhir ini.
13. Rekan lain penulis yakni Nurul Hidayati, Desi Safitri, Aghisna Fadzillah, Yola Pebrikasefa, Maharani Putri, Riska Risma Wardhany, Lailatul Jannah serta teman-teman yang tidak dapat ditulis satu per satu yang telah memberikan semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
14. Tim Nasional Indonesia yang telah menjadi sumber semangat dan hiburan di tengah kesulitan proses riset, sehingga membantu penulis menjaga motivasi dalam menyelesaikan karya akhir ini.
15. Semua pihak yang selalu memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa dituliskan satu per satu.
16. Terima kasih kepada diri sendiri atas perjuangan, kesabaran, dan tekad yang kuat dalam menyelesaikan karya akhir ini. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah yang lebih baik dan bermanfaat di masa depan.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan karya akhir ini. Apabila masih terdapat kekurangan, penulis dengan hati terbuka sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya akhir ini di masa mendatang. Penulis juga berharap karya akhir ini dapat diterima dengan baik serta

Pontianak, 10 Januari 2025

Annisa Fitri
NIM. B1021211133

***Do Animosity, Product Judgment, and Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?***

Annisa Fitri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh animosity, product judgment, dan boycott participation terhadap purchase unwillingness produk KFC di Indonesia yang dianggap berafiliasi dengan Israel. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya gerakan boikot konsumen di Indonesia akibat konflik Israel-Palestina. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner yang disebarkan kepada 182 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa animosity berpengaruh signifikan terhadap product judgment, boycott participation, dan purchase unwillingness. Penelitian ini menemukan bahwa boycott participation terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan antara animosity dan purchase unwillingness. Namun, product judgment tidak dapat memediasi hubungan antara animosity dan purchase unwillingness.

Kata Kunci : Permusuhan; Penilaian Produk; Partisipasi Boikot; Keengganan Membeli.

***Do Animosity, Product Judgment, and Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?***

Annisa Fitri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tanjungpura, Indonesia

## ABSTRACT

*This study aims to examine the effect of animosity, product judgment, and boycott participation on purchase unwillingness of KFC products in Indonesia which is considered affiliated with Israel. The background of this study is the increasing consumer boycott movement in Indonesia due to the Israeli-Palestinian conflict. This study uses a survey method with a questionnaire distributed to 182 respondents selected through purposive sampling techniques. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method. The results of the study indicate that animosity has a significant effect on product judgment, boycott participation, and purchase unwillingness. This study found that boycott participation was proven to be a significant mediator in the relationship between animosity and purchase unwillingness. However, product judgment can't mediate the relationship between animosity and purchase unwillingness.*

***Keywords*** *: Animosity; Product Judgment; Boycott Participation; Purchase Unwillingness.*

# RINGKASAN KARYA AKHIR

***Do Animosity, Product Judgment, and Boycott Participation Influence Purchase Unwillingness?***

## 1. Latar Belakang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya gerakan boikot konsumen terhadap produk-produk yang dianggap memiliki keterkaitan dengan Israel akibat konflik Israel-Palestina. Konflik ini memuncak pada Oktober 2023 ketika tindakan genosida terhadap rakyat Palestina dilakukan oleh Israel, yang memicu kecaman global. Di Indonesia, solidaritas masyarakat terhadap Palestina diwujudkan dalam bentuk boikot produk-produk yang dianggap pro-Israel. Salah satu merek yang menjadi target adalah KFC, sebuah waralaba makanan cepat saji terkenal yang diasosiasikan dengan Amerika Serikat, negara yang dinilai mendukung kebijakan Israel. Gerakan boikot ini bertujuan untuk melemahkan ekonomi Israel yang berpotensi mendukung kemampuan militernya dalam konflik tersebut.

Dalam konteks ini, KFC di Indonesia menghadapi tantangan besar meskipun memiliki posisi pasar yang kuat dengan popularitas tinggi. Berdasarkan survei "Top Brand Award" tahun 2022, KFC tercatat sebagai restoran cepat saji paling populer di Indonesia. Namun, afiliasi KFC dengan Amerika Serikat telah menciptakan persepsi negatif di kalangan masyarakat yang sensitif terhadap isu politik global ini. Sebagai akibatnya, perilaku konsumen mengalami perubahan signifikan, terutama dalam bentuk ketidakinginan membeli produk KFC sebagai bagian dari aksi protes terhadap kebijakan Israel.

## 2. Tujuan Penelitian

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *animosity* terhadap *product judgment* pada konsumen KFC di Indonesia.
2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *animosity* terhadap *boycott participation* pada konsumen KFC di Indonesia.
3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *animosity* terhadap *purchase unwillingness* pada konsumen KFC di Indonesia.
4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *product judgment* terhadap *purchase unwillingness* pada konsumen KFC di Indonesia.
5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *boycott participation* terhadap *purchase unwillingness* pada konsumen KFC di Indonesia.
6) Untuk menguji dan menganalisis kemampuan *product judgment* dalam memediasi hubungan antara *animosity* dan *purchase unwillingness* pada konsumen KFC di Indonesia.
7) Untuk menguji dan menganalisis kemampuan *boycott participation* dalam memediasi hubungan antara *animosity* dan *purchase unwillingness* pada konsumen KFC di Indonesia.

## 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif kausal dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 182 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden harus memenuhi beberapa kriteria, seperti berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Indonesia, memiliki informasi tentang konflik Israel-Palestina, dan mengetahui dugaan keterkaitan KFC dengan Israel. Responden juga diharapkan memiliki kepedulian terhadap isu kemanusiaan di Palestina.

Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur variabel penelitian, yang mencakup *animosity, product judgment, boycott participation,* dan *purchase unwillingness*. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengevaluasi hubungan kausal antara variabel.

## 4. Hasil Penelitian

1) *Animosity* secara signifikan memengaruhi penilaian terhadap produk, *boycott participation*, dan *purchase unwillingness* produk KFC. Responden dengan tingkat permusuhan yang tinggi cenderung memberikan penilaian negatif terhadap produk KFC dan aktif berpartisipasi dalam boikot.
2) *Boycott participation* berperan sebagai mediator antara permusuhan dan ketidakinginan membeli. Artinya, permusuhan yang dirasakan masyarakat terhadap Israel mendorong mereka untuk tidak membeli produk KFC melalui partisipasi dalam aksi boikot.
3) *Product judgment* tidak dapat memediasi hubungan antara *Animosity* dan *purchase unwillingness*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi negatif terhadap KFC lebih didorong oleh faktor politik dan kemanusian daripada kualitas produk itu sendiri.

Sebagian besar responden menunjukkan tingkat permusuhan yang sangat tinggi terhadap Israel, dengan rata-rata skor 4,527. Mereka menyatakan kemarahan terhadap kebijakan Israel dan menganggap boikot sebagai alat yang efektif untuk memberikan tekanan ekonomi. Responden juga merasa bersalah jika membeli produk KFC dan menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk alternatif, seperti Richesse Factory, Rocket Chicken, dan Burger King.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 1) Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *animosity* dan *boycott participation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *purchase unwillingness* produk KFC. Sementara itu, penilaian terhadap produk tidak memainkan peran penting dalam hubungan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa dinamika politik global dapat secara langsung

memengaruhi perilaku konsumen di pasar domestik, terutama dalam konteks boikot sebagai bentuk protes politik dan kemanusiaan**.**

**2) Saran**

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah menambahkan variabel baru seperti religiusitas, nasionalisme, atau altruisme untuk memperkaya analisis. Penelitian dapat diperluas ke wilayah lain atau lintas negara untuk memahami pengaruh budaya dan sosial terhadap boikot. Peran media sosial juga perlu dieksplorasi lebih jauh sebagai alat penyebar informasi boikot. Selain itu, pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam disarankan untuk menggali alasan emosional di balik keputusan konsumen. Studi mendatang dapat difokuskan pada jenis produk lain atau mengukur efektivitas boikot terhadap penjualan dan citra merek. Penelitian jangka panjang juga diperlukan untuk memahami dampak permanen boikot terhadap pola konsumsi. Terakhir, studi perbandingan internasional dapat dilakukan untuk melihat pengaruh konteks politik dan budaya pada perilaku boikot.

# DAFTAR ISI

HALAMAN COVER ..... i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ..... ii
PERTANGUNGJAWABAN KARYA AKHIR ..... iii
LEMBAR YURIDIS ..... iv
UCAPAN TERIMA KASIH ..... v
ABSTRAK ..... vii
ABSTRACT ..... viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ..... ix
DAFTAR ISI ..... xii
DAFTAR TABEL ..... xiii
DAFTAR GAMBAR ..... xiv
DAFTAR LAMPIRAN ..... xv
ISI KARYA AKHIR ..... 1100
1. Introduction ..... 1100
2. Research methods ..... 1103
3. Results and Discussion ..... 1103
3.1. Results ..... 1103
3.2. Discussion ..... 1106
4. Conclusion ..... 1108
References ..... 1108

# DAFTAR TABEL

**Table 1.** Validity and Reliability Test Results ..... 1103
**Table 2.** Fornell Larcker..... 1104
**Table 3.** R-Square (R2) ..... 1105
**Table 4.** Hypothesis Test Results ..... 1106

## DAFTAR GAMBAR

**Figure 1.** Research Framework ..... 1102
**Figure 2.** Model Result..... 1105

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Sk Dekan ..... xvi
Lampiran 2 : Letter of Acceptance ..... xxix
Lampiran 3 : Dokumen Informasi Artikel ..... xxxi
Lampiran 4 : Tabel Operasionalisasi ..... xxxiii
Lampiran 5 : Kuesioner ..... xxxvii
Lampiran 6 : Data ..... xliv
Lampiran 7 : Output Olahan Data..... xlix