

SKRIPSI

**PENGARUH *ANIMOSITY, SOCIAL INFLUENCE, ALTERNATIVE ATTRACTIVENESS* DAN *RELIGIOUS MOTIVATION* TERHADAP *SWITCHING INTENTION* DALAM KONTEKS BOIKOT
PRODUK PRO-ISRAEL**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NOVI MULIYATI

NIM: 2110312120032

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH *ANIMOSITY, SOCIAL INFLUENCE, ALTERNATIVE ATTRACTIVENESS* DAN *RELIGIOUS MOTIVATION* TERHADAP *SWITCHING INTENTION* DALAM KONTEKS BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL

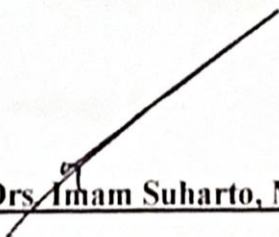
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

NOVI MULIYATI

NIM: 2110312120032

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 2 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing


Drs. Imam Suharto, MM

NIP. 19660330 199303 1 002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, S.E., M.Si.

NIP. 19700707 200501 1 001

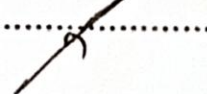
**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Novi Mulyati
NIM : 2110312120032
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness* dan *Religious Motivation* terhadap *Switching Intention* dalam Konteks Boikot Produk Pro-Israel
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Rabu, 2 Juli 2025
Pukul : 16.00-18.00

TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Imam Suharto, MM

(.....)



Penguji 1 : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM


Penguji 2 : Rusniati, S.E., M.Si.

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Novi Mulyati
NIM : 2110312120032
Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 02 Juli 2025
Waktu Ujian : 16.00 WITA s/d Selesai
Tempat : Ruang C-5

Dengan ini telah melakukan perbaikan ujian proposal skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan Dosen
1	<u>Drs. Imam Suharto, MM</u> NIP. 19660330 199303 1 002	Pembimbing	

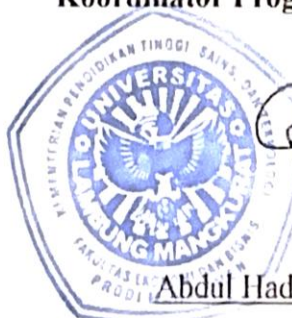

Demikian berita acara perbaikan ujian proposal skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Pembimbing.

Mengetahui,

Banjarmasin, 2 September 2025

Koordinator Progam Studi Manajemen

Mahasiswa,



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001



Novi Mulyati

NIM. 2110312120032

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang saya lakukan sendiri. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah disebutkan dan dicantumkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan atau diajukan untuk keperluan lainnya oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima segala konsekuensi hukum yang berlaku atas ketidakbenaran tersebut.

Banjarmasin, 2 September 2025

Yang membuat pernyataan



Novi Mulyati

NIM. 2110312120032

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness* dan *Religious Motivation* terhadap *Switching Intention* dalam Konteks Boikot Produk Pro-Israel”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S-1 Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik berupa dukungan, bimbingan, arahan, serta motivasi. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Drs. Imam Suharto, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.
5. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Penguji I dan Ibu Rusniati, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi dan memberikan masukan yang lebih baik bagi penulis.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Keluarga tercinta terutama kedua orang tua penulis, Ibu Rusmiyati dan Bapak Mulyadi yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan baik secara spiritual, moril, serta kasih sayang yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga penulis dapat menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.
8. *Partner* penulis, Muhammad Donny Saputra, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman dekat penulis terutama kepada Elma Diva Vania dan Sadna Najwa Alfisyah yang telah membantu, memberikan semangat, motivasi dan menghibur penulis baik dalam proses menyelesaikan skripsi maupun dalam masa perkuliahan
10. Rekan-rekan seperjuangan lain selama berproses di bangku perkuliahan di Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak kenangan serta bersama-sama berjuang untuk masa depan.
11. Seluruh responden dan pihak-pihak terkait yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengalami kesulitan dan penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian

ini. Penulis sangat berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 2 September 2025

Yang membuat pernyataan



Novi Mulyati

NIM. 2110312120032

ABSTRACT

Novi Mulyati (2025). *The Effect of Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness and Religious Motivation on Switching Intention in the Context of Boycott Pro-Israel Products.* Advisor: Imam Suharto.

This study analyzes the influence of Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness, and Religious Motivation on Switching Intention of consumers in the context of boycotting pro-Israel products, with a focus on Pizza Hut consumers in Banjarmasin.

The method used is quantitative with purposive sampling technique on 105 Lambung Mangkurat University students who have bought Pizza Hut products and are aware of the boycott issue. Data were analyzed through validity, reliability, and multiple linear regression tests using SPSS Version 25

The results or research show that the four variables have a positive and significant effect on Switching Intention. These findings prove that Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness and Religious Motivation play an important role in encouraging consumers' intention to switch from pro-Israel products. This research is expected to enrich marketing literature related to the dynamics of consumer behavior amid social and religious issues.

Keywords: *Animosity, Social Influence, Alternative Attractiveness, Religious Motivation, Switching Intention, Pro-Israel Product Boycott.*

ABSTRAK

Novi Mulyati (2025). Pengaruh *Animosity*, *Social Influence*, *Alternative Attractiveness* dan *Religious Motivation* terhadap *Switching Intention* dalam Konteks Boikot Produk Pro-Israel. Pembimbing: Imam Suharto.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Animosity*, *Social Influence*, *Alternative Attractiveness*, dan *Religious Motivation* terhadap *Switching Intention* konsumen dalam konteks boikot produk pro-Israel, dengan fokus pada konsumen Pizza Hut di Banjarmasin.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* pada 105 mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang pernah membeli produk Pizza Hut dan mengetahui isu boikot. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS Versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan keempat variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Switching Intention*. Temuan ini membuktikan bahwa *Animosity*, *Social Influence*, *Alternative Attractiveness* dan *Religious Motivation* berperan penting dalam mendorong niat konsumen untuk beralih dari produk pro-Israel. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur pemasaran terkait dinamika perilaku konsumen di tengah isu sosial dan keagamaan.

Kata Kunci: *Animosity*, *Social Influence*, *Alternative Attractiveness*, *Religious Motivation*, *Switching Intention*, Boikot Produk Pro-Israel.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Animosity</i>	12
2.1.2 <i>Social Influence</i>	16
2.1.3 <i>Alternative Attractiveness</i>	18
2.1.4 <i>Religious Motivation</i>	20
2.1.5 <i>Switching Intention</i>	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Hubungan antara <i>Animosity</i> dan <i>Switching Intention</i>	25
2.2.2 Hubungan antara <i>Social Influence</i> dan <i>Switching Intention</i>	26
2.2.3 Hubungan antara <i>Alternative Attractiveness</i> dan <i>Switching Intention</i>	27
2.2.4 Hubungan antara <i>Religious Motivation</i> dan <i>Switching Intention</i>	28
2.3 Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	34
3.1 Kerangka Konseptual	34
3.2 Hipotesis Penelitian.....	35
3.2.1 Pengaruh <i>Animosity</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	35

3.2.2 Pengaruh <i>Social Influence</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	35
3.2.3 Pengaruh <i>Alternative Attractiveness</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	36
3.2.4 Pengaruh <i>Religious Motivation</i> terhadap <i>Switching Intention</i>	38
BAB IV METODE PENELITIAN	39
4.1 Ruang Lingkup Penelitian	39
4.2 Jenis Penelitian	39
4.3 Tempat/lokasi Penelitian	40
4.4 Unit Analisis	40
4.5 Populasi Sampel	40
4.5.1 Populasi	40
4.5.2 Sampel	40
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	42
4.6.1 Teknik Pengumpulan Data	43
4.7 Teknik Analisis Data	44
4.7.1 Uji Validitas	45
4.7.1 Uji Reliabilitas	45
4.7.2 Uji Outlier	46
4.7.3 Uji Asumsi Klasik	46
4.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.7.5 Pengujian Hipotesis	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	51
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
5.2 Hasil dan Analisis	52
5.2.1 Karakteristik Responden	52
5.2.2 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	56
5.2.3 Uji Instrumen Penelitian	62
5.2.4 Uji Asumsi Klasik	66
5.2.5 Analisis Data	70
5.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis	72
5.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian	75
5.2.8 Implikasi Hasil Penelitian	81
BAB VI PENUTUP	87
6.1 Kesimpulan	87

6.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
DAFTAR LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 4. 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 5. 4 Frekuensi Jawaban <i>Animosity</i>	57
Tabel 5. 5 Frekuensi Jawaban <i>Social Influence</i>	58
Tabel 5. 6 Frekuensi Jawaban <i>Alternative Attractiveness</i>	59
Tabel 5. 7 Frekuensi Jawaban <i>Religious Motivation</i>	60
Tabel 5. 8 Frekuensi Jawaban <i>Switching Intention</i>	61
Tabel 5. 9 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 5. 10 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 5. 11 Hasil Uji Outlier.....	65
Tabel 5. 12 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 5. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 5. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 5. 15 Hasil Uji Linearitas	70
Tabel 5. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 5. 17 Hasil Uji Statistik t.....	73
Tabel 5. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Korban Konflik di Palestina	1
Gambar 1. 2 Data Responden Pendukung Fatwa MUI	3
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Permohonan Pengisian Kuesioner	98
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	99
Lampiran 3 Karakteristik Responden	103
Lampiran 4 Deskripsi Statistik Variabel	103
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian	108
Lampiran 6 Hasil Uji Outlier	112
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	112
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis	115
Lampiran 9 Tabel T Statistik	115
Lampiran 10 Tabel R Statistik	116