

ABSTRAK

Athira Dwi Jaya, 2024. Pengaruh Seruan Boikot Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Dan Keputusan Pembelian Produk-Produk Terafiliasi Israel. Tesis Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh Pembimbing I Bapak Buyung Romadhoni dan Pembimbing II Bapak Muhchriady Muchran.

Penelitian Ini Bertujuan Untuk Mengetahui dan Menganalisis Pengaruh Seruan Boikot Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas dan Keputusan Pembelian Produk-Produk Terafiliasi Israel. Jenis Penelitian ini adalah Penelitian *Mix Method* dengan menggunakan Kuesioner sebagai pengumpulan data dan wawancara sebagai pelengkap data. Partisipan dalam Penelitian ini Berjumlah 205 Konsumen. dengan menggunakan Teknik Analisis Jalur (Path Analysis).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Seruan Boikot berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas dan Keputusan pembelian produk terafiliasi Israel, Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk terafiliasi Israel, Citra Merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen produk terafiliasi Israel, Citra Merek berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk terafiliasi israel, Seruan Boikot berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh loyalitas pelanggan produk terafiliasi israel. Citra Merek berpengaruh negatif signifikan terhadap Keputusan pembelian yang dimediasi oleh Loyalitas pelanggan produk terafiliasi israel. Penulis juga memberi saran untuk penelitian selanjutnya untuk memberikan variabel Perilaku Konsumen atau variabel-variabel yang lebih tepat dalam mengukur tingkat Loyalitas dan Keputusan Pembelian produk.

Kata Kunci: Seruan Boikot, Citra Merek, Loyalitas dan Keputusan Pembelian