

**PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL, KESADARAN
SOSIAL, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

**MAWAR NURHASISA P
2104030072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL, KESADARAN
SOSIAL, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

**MAWAR NURHASISA P
2104030072**

Pembimbing:

Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mawar Nurhasisa P
NIM : 2104030072
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 25 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Mawar Nurhasisa P

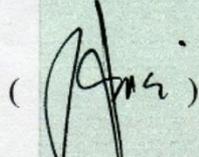
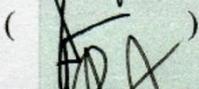
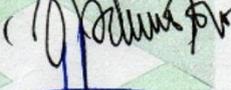
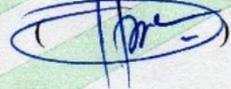
NIM. 2104030072

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial dan Media Sosial terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel yang ditulis oleh Mawar Nurhasisa P Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104030072, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang di munaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 2 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 6 Muharram 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 9 Juli 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. H. Rukman Ar Said, Lc., M.Th.I. | Penguji I | () |
| 4. Dr. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. | Pembimbing | () |

Mengetahui



Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009011006



Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Umar, S.E., M.SE.

NIP. 199404072020121017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ
وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada peneliti sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel”**, dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan. Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada orang tua penulis, cinta pertama dan panutanaku, Bapak **Hasma Palitta** dan Ibu **Mardiana**. Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan untuk penulis. Terima kasih atas segala doa hebat dan ridho yang selalu diselipkan disetiap sholatnya demi keberhasilan penulis dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi sarjana. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat membuat Bapak dan Ibu lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga Bapak dan Ibu selalu diberikan umur panjang untuk selalu bisa melihat langkah

yang ditapaki oleh penulis dan selalu disehatkan.

Adapun peneliti ucapkan terima kasih juga tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M. Ag., Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, M. Hum., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Takdir, S.H., M.H., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.ag., M.A., Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.E.I., M.E.I., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.
3. Umar, S.E., M.SE. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.
4. Zainuddin S., S.E., M.Ak., Kepala Unit Perpustakaan, beserta karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
5. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan penuh dedikasi telah membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah sangat sabar memberikan arahan, masukan, dukungan, ilmu yang baru, serta bersedia untuk selalu meluangkan waktunya sehingga

dapat membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga ibu senantiasa diberikan kesehatan, dan dipermudah segala langkahnya dalam berkarir.

6. Dr. H. Rukman Abdul Rahman Said, Lc. M.Th.I selaku penguji I penulis dan Dr. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si selaku penguji II penulis. Terima kasih telah memberikan arahan dan masukan dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan, kemudahan dalam berkarir, serta dilindungi setiap langkahnya.
7. Nurfadillah, S.E., M.Ak Dosen Penasehat Akamedik yang telah memberikan bimbingannya selama ini.
8. Om dan Tante penulis, Alm. Bapak Syarifuddin Dumba, dan Ibu Becce yang telah merawat dan membesarkan penulis sedari kecil hingga dewasa. Terima kasih telah menjadi orang tua kedua penulis yang memberikan kasih sayang yang sangat besar kepada penulis. Almarhum adalah sosok yang selalu memberikan kasih sayang yang sangat besar kepada penulis. Dalam setiap kenangan bersama almarhum, beliau adalah sosok yang sangat sabar dan bijaksana. Terima kasih telah menjaga penulis dari kecil, terima kasih banyak sudah menjadikan penulis seperti anak kandung. Semoga tante selalu disehatkan, diberikan kesabaran seluas samudra dan diberikan umur yang panjang. Untuk Alm. semoga Allah swt menempatkan disurga yang paling indah, aminn ya Allah amin.
9. Kepada yang tak kalah penting kehadirannya, Rukmianti, Amd.Keb dan Nurhaeni, S.E selaku keluarga penulis, terimakasih telah menjadi bagian

perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam kehidupan penulis sedari kecil, telah menjadikan penulis sebagai adik kecil yang sangat disayangi dan tidak pernah dibedakan. Terimakasih sudah memberikan rasa nyaman dan memberikan kesempatan anak sulung ini untuk merasakan menjadi adik dan memiliki sosok kakak yang sangat menyayangi penulis.

10. Kepada saudari kandung penulis, Siti Halima P yang merupakan sosok yang paling penulis banggakan, terima kasih telah menjadi adik sekaligus teman cerita yang selalu memberikan semangat, doa, dorongan moral, dan terima kasih sudah membantu penulis dalam finansial penulis selama kuliah. Penulis sangat berterima kasih atas seluruh pengorbanan, kasih sayang dan seluruh usaha yang telah diberikan kepada penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan, kesabaran, kebahagiaan dan umur yang panjang.
11. Kepada sahabat sejak taman kanak-kanak penulis, Nurfadillah Hasan, S.Si, Fira Safitri, S.S, Riska, S.Tr.P dan Hasrina Putri S.Tr.Par. Terima kasih telah kebersamai penulis sejak kecil hingga saat ini. Terima kasih sudah hadir menjadi tempat mengeluh penulis dalam setiap suka dan duka, selalu menguatkan penulis disaat titik terendah penulis. Terima kasih sudah selalu merayakan kebahagiaan bersama-sama. Bersama mereka, penulis tak menemukan dirinya yang compang-camping, namun yang paling rapi, paling sempurna, dan selalu sempurna. Semoga kita bisa terus melangkah maju dan menjadi orang-orang sukses yang kita impikan itu.
12. Kepada teman baik penulis, Vivi Azzahra, Utami Nur Hijah dan Jufri Febrian, S.Pd. Terima kasih telah menjadi manusia yang kuat dan telah melalui banyak

lika-liku bersama penulis. Kehadiran kalian pada perjalanan ini memberikan pelajaran hidup untuk selalu menjadi lebih baik. Terima kasih untuk selalu menjadi *support system* yang sangat baik dan berarti bagi penulis.

13. Kepada seluruh keluarga yang telah banyak membantu dan selalu menyemangati penulis, terima kasih yang sedalam-dalamnya karena bantuan dan semangat yang diberikan, penulis mampu sampai ketahap ini. Semoga selalu disehatkan dan diberikan kemudahan dalam segala urusannya.
14. Kepada saudari Yuliana selaku teman kelas, teman satu PA, dan teman satu pembimbing penulis. Terima kasih sudah selalu Bersama-sama dalam proses pengerjaan skripsi dan selalu menjadi sosok pengingat di kala skripsi penulis terbengkalai. Semoga selalu diberikan kelancaran disetiap jalan yang dituju, selalu diberikan nikmat kesehatan dan umur yang Panjang untuk mencapai cita-citanya.
15. Kepada temanku Ikhsana Idris, Siti Yusma Parentha, dan Natasya Haerunnisa selaku sosok yang telah memberikan inspirasi penulis untuk terus melangkah di tengah tantangan yang ada. Terima kasih telah membuktikan bahwa perjalanan akademisi bukan sekedar tentang mencapai gelar, tetapi juga tentang proses belajar yang panjang bagi penulis.
16. Kepada Amalia Hajar, Izza Nur Aulia, Fatma Wulandari, Resky Sari, dan Hanipa yang merupakan teman penulis, terima kasih telah memberikan dukungan dan arahan bijak kepada penulis. Semoga teman-teman selalu disehatkan dan dipermudah segala urusannya yang ada didunia.

17. Kepada seluruh teman kelas penulis, MBS C yang telah berjuang bersama dari awal perkuliahan, terima kasih telah menjadi teman penulis mulai dari maba hingga saat ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan dipermudah dalam setiap langkahnya untuk mencapai cita-cita yang diinginkan.
18. Terakhir, terima kasih untuk Mawar Nurhasisa P. Ya, diri saya sendiri. Terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini, bertahan dalam proses yang sangat panjang, melewati rasa lelah, ragu, bahkan ingin menyerah. Setiap keringat dan tetesan air mata yang jatuh, semoga semuanya bisa terbayarkan dengan hasil yang baik dan berkah. Anak yang dulunya merasa selalu takut dan tidak bisa dalam mengerjakan sesuatu, akhirnya sudah berada di titik ini. Terima kasih telah percaya bahwa segala usaha, meski perlahan, akhirnya akan sampai pada tujuan. Satu hal yang selalu penulis terapkan, melibatkan Allah dalam setiap prosesnya. Rayakan apapun yang ada didalam diri dan jadikan dirimu bersinar dimanapun tempatmu bertumpu. Penulis berdoa, semoga setiap langkah kecil ini selalu kuat, dikelilingi oleh orang-orang yang hebat, serta bisa bermanfaat untuk sesama.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga usaha peneliti bernilai ibadah di sisi Allah SWT. Aamiin.

Palopo, 25 Juni 2025

Mawar Nurhasisa P

DAFTAR SINGKATAN

swt	: Subhahu Wa Ta'ala
saw	: Sallallahu 'Alaihi Wasallam
SQ	: <i>Spiritual Quotient</i>
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
PKW	: Pusat Kegiatan Wilayah
QS .../...	: Q.S Al-Anfal/8:73 atau Q.S Fuslihat/41: 33
VIF	: <i>Variance Inflation Factor</i>
Sig	: Signifikansi
Pbb	: Perserikatan Bangsa-Bangsa
MUI	: Majelis Ulama Indonesia



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR SINGKATAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR AYAT	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR ISTILAH	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori	13
C. Kerangka Pikir.....	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian	44
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	44
C. Definisi Operasional Variabel.....	44
D. Populasi Dan Sampel.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Instrumen Penelitian.....	48
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	49
H. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian.....	55
B. Hasil Analisis Data	62
C. Pembahasan	73

BAB V	PENUTUP	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		



DAFTAR AYAT

Q.S Fuslihat/41 ayat ke 33	15
Q.S Al-Anfal/8 ayat ke 73.....	22



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan.....	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial.....	59
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Telah Memboikot.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas.....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji f Simultan.....	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi (R ²).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapat publik mengenai aksi boikot	5
Gambar 1.2 Trend pencarian boikot di <i>google</i>	6
Gambar 2.1 Kerangka Pikir	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	95
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	104
Lampiran 4 Distribusi Nilai R Tabel.....	114
Lampiran 5 Distribusi Nilai T Tabel	116
Lampiran 6 Distribusi Nilai F Tabel	117
Lampiran 7 Persuratan	118
Lampiran 8: Riwayat hidup.....	134



DAFTAR ISTILAH

<i>Social Awareness</i>	: Kesadaran sosial
<i>Spiritual Quotient</i>	: Kecerdasan Spiritual
Hipotesis	: Dugaan sementara
X	: Variabel bebas
Y	: Variabel terikat
<i>Variance Inflation Factor</i>	: Indeks yang mencerminkan hubungan antar variabel independent
<i>Tolerance Value</i>	: Mengukur variabel yang terpilih
<i>Croanbach's Alpha</i>	: Mengukur batas bawah nilai reliabilitas



ABSTRAK

MAWAR NURHASISA P, 2025. “Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan media sosial terhadap keputusan boikot produk pro-Israel. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Palopo yang telah memboikot produk yang pro terhadap Israel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria rentang usia 19 hingga 35 tahun yang telah memiliki penghasilan dan beragama Islam. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden, dan data diperoleh melalui kuesioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi, dengan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kecerdasan Spiritual (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot. Variabel Kesadaran Sosial (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot. Variabel Media Sosial (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot. Sedangkan secara simultan variabel Kecerdasan spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Boikot.

Kata Kunci: Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Media Sosial, Keputusan Boikot

ABSTRACT

MAWAR NURHASISA P, 2025. *“The Influence of Spiritual Intelligence, Social Awareness, and Social Media on the Decision to Boycott Pro-Israel Products” Thesis, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo, Supervised by Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.*

This thesis discusses the Influence of Spiritual Intelligence, Social Awareness, and Social Media on the Decision to Boycott Pro-Israel Products. The purpose of this study is to find out the influence of spiritual intelligence, social awareness, and social media on the decision to boycott pro-Israel products. The type of research used in this study is quantitative research. The population in this study is the people in Palopo City who have boycotted products that are pro-Israel. The sampling technique used in this study is Purposive Sampling with the criteria of the age range of 19 to 35 years old who already have income and are Muslim. The number of samples was determined using the Lemeshow formula. The sample was used as many as 100 respondents, and data was obtained through a questionnaire. Furthermore, the data were analyzed using multiple linear regression, t-test, f-test, and determination coefficient test, with SPSS version 26. The results of this study show that the Spiritual Intelligence variable (X1) has a positive and significant effect on the Boycott Decision. The Social Awareness Variable (X2) has a positive and significant effect on the Boycott Decision. The Social Media variable (X3) had a positive and significant effect on the Boycott Decision. Meanwhile, simultaneously the variables of Spiritual Intelligence, Social Awareness, and Social Media have an effect on the Boycott Decision.

Keywords: *Spiritual Intelligence, Social Awareness, Social Media, Boycott Decision*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konflik yang berkepanjangan di Palestina telah berlangsung selama lebih dari satu abad, dimulai setelah munculnya gerakan Nazi di Eropa. Pada tanggal 2 November 1917, terjadi migrasi besar-besaran kaum Yahudi ke Palestina yang dipicu oleh Deklarasi Balfour. Pernyataan yang dikeluarkan oleh Menteri Luar Negeri Inggris, Arthur Balfour, menyatakan dukungan terhadap pendirian pemukiman bagi gerakan Zionis di wilayah yang saat itu mayoritas penduduknya adalah Arab Palestina. Kebijakan ini menimbulkan penolakan dari masyarakat Palestina, yang mengkhawatirkan terjadinya perubahan komposisi penduduk serta penguasaan tanah yang diberikan kepada imigran Yahudi oleh pemerintah Inggris.

Meskipun Resolusi Dewan Keamanan PBB No. 242 pada tahun 1967 mendesak Israel untuk mundur dari wilayah yang didudukinya dan kembali ke perbatasan semula, negara tersebut justru memperkuat keberadaannya. Berbagai proses perdamaian telah dicoba untuk mengatasi konflik ini, termasuk pertemuan Camp David I pada 1979, Oslo I pada 1993, Perjanjian Kairo tahun 1994, Oslo II pada 1995, Kesepakatan Hebron pada 1997, Perjanjian Wye River tahun 1998, serta Camp David II pada 2000.¹ Dalam merespons konflik antara Israel dan Hamas, masyarakat Indonesia, yang memiliki prinsip kuat menentang segala bentuk penjajahan, memperlihatkan solidaritas besar terhadap rakyat Palestina. Pemerintah Indonesia secara konsisten menunjukkan sikap penolakannya terhadap

¹Simela Victor Muhamad, "Konflik Terbuka Palestina-Israel dan Pentingnya Menghidupkan Kembali Perundingan Damai," *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* Vol. XIII, no. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis (2021).

kependudukan yang dilakukan oleh Israel di wilayah Palestina, termasuk Gaza, Tepi Barat, dan Yerusalem Timur. Pemerintah juga mengutuk keras pembangunan permukiman oleh Israel di area-area tersebut. Selain itu, Indonesia terus mendorong agar Israel menghentikan semua tindakan yang dapat menghambat proses tercapainya perdamaian.² Seiring meningkatnya ketegangan di kawasan, dukungan terhadap gerakan Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) yang diluncurkan pada tahun 2005 pun semakin meluas dan memperoleh perhatian global.³

Gerakan BDS secara global digagas oleh sejumlah kelompok pro-Palestina dengan tujuan menekan Israel agar menghormati hak asasi manusia warga Palestina. Tindakan pemboikotan terhadap produk-produk Israel dan negara-negara pendukungnya kini berkembang menjadi salah satu bentuk perlawanan terbesar dan paling berpengaruh dalam mendukung perjuangan rakyat Palestina. Di negara-negara seperti Maroko dan Kuwait, boikot terhadap Israel dan sekutunya telah menunjukkan hasil yang cukup efektif. Begitu pula di Malaysia, di mana beberapa cabang restoran seperti KFC, Pizza Hut, Starbucks, dan McDonald's terpaksa ditutup. Gerakan ini mengajak masyarakat untuk melakukan boikot terhadap kegiatan ekonomi, menjatuhkan sanksi secara politik, serta menarik investasi sebagai bentuk dukungan terhadap perjuangan rakyat Palestina.⁴ Di Indonesia, sejumlah umat Muslim turut memberikan dukungan dengan

²Sri Pramudya wardani, "Pengaruh Gerakan Boikot Divestasi Sanksi Terhadap Perusahaan Pemegang Waralaba Dan Hak Asasi Manusia," 2024.

³Himmatul Ulya and Kilau Riksaning Ayu, "Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial," *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, 2024.

⁴Inda Hamida, Noor Farihah, and Siti Amaroh, "Analisis Pengaruh Aksi Boikot Akibat Konflik Palestina-Israel Terhadap Harga Saham Unilever Di USA, UK, Dan Indonesia Yang Tercatat ISSI Dan JII," *Sosio E-Kons* vol 16, no. 2 (2024). https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/23659

menyebarkan kampanye Boikot, Divestasi, dan Sanksi (BDS) melalui berbagai media, seperti situs berita, blog pribadi, akun Facebook, Twitter, dan *platform* digital lainnya. Mereka memilih untuk memboikot berbagai merek, seperti KFC, Coca-Cola, Pepsi, Nestlé, McDonald's, A&W, Baskin-Robbins, Marlboro, Avon, Revlon, serta sejumlah produk lain.⁵ Namun, pelaksanaan aksi boikot ini memicu berbagai tanggapan, baik dukungan maupun penolakan, di sejumlah negara termasuk di kalangan masyarakat Indonesia. Penolakan muncul terutama dari pihak-pihak yang merasakan kerugian, seperti pemegang saham dan perusahaan yang menggunakan produk-produk yang diboikot, sehingga mereka tidak sepakat dengan keputusan kelompok yang menyerukan boikot terhadap produk-produk asal Amerika Serikat.

Keputusan untuk melakukan boikot muncul dari kesadaran akan info, isu sosial, lingkungan, serta ekonomi yang lebih luas lalu ditentukan oleh kecerdasan spiritual individu. Orang yang tingkat kecerdasan spiritualnya tinggi biasanya menunjukkan pemahaman yang kuat terhadap nilai-nilai sosial dan prinsip keadilan. Hal ini mendorong mereka buat mengadopsi sikap yang responsif terhadap berita sosial, termasuk permasalahan yang berkaitan dengan Israel serta Palestina. Dengan kecerdasan spiritual yang dimiliki, individu akan lebih mampu merenungkan dampak asal keputusan mereka, termasuk keputusan masyarakat melakukan boikot terhadap produk-produk yang dinilai mendukung kebijakan yang tidak adil. Dalam hal ini, kecerdasan spiritual dapat mendorong individu tidak

⁵Oktavia Oktavia et al., "Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perkonomian Indonesia," *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* vol 2, no. 1 (2023). <https://ejournal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jumia/article/view/2377>

bertindak sinkron menggunakan keyakinan etis mereka, sehingga mempengaruhi keputusan boikot.

Kesadaran sosial memegang peranan krusial pada melakukan boikot, karena individu atau kelompok yang memiliki pencerahan tinggi akan isu sosial lebih peka terhadap perlakuan yang dialami oleh orang lain. Mereka merasa memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi dalam mengganti kondisi sosial yang tidak adil. Niat yang didorong oleh perilaku dan norma subjektif secara konsisten akan mensugesti sikap individu. Dalam hal ini, kesadaran sosial dapat mendorong tindakan boikot menjadi usaha kolektif untuk menyampaikan tekanan terhadap kebijakan-kebijakan yang dianggap merugikan, sekaligus membagikan dukungan kepada pihak-pihak yang terpinggirkan.⁶

Peran media sosial dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini publik guna mendukung gerakan boikot semakin signifikan. Ketika media mengangkat isu ketidakadilan yang dialami oleh rakyat Palestina, hal ini mampu memicu reaksi emosional dan moral di kalangan masyarakat Indonesia, mendorong mereka untuk mengambil tindakan, termasuk melakukan boikot terhadap produk-produk yang dianggap terlibat dalam pelanggaran hak asasi manusia. Media sosial memungkinkan informasi untuk tersebar dengan cepat dan luas, sekaligus membentuk komunitas-komunitas online yang berkomitmen pada isu-isu tertentu.

Berdasarkan hasil survei dari *GoodStats*, mayoritas responden sebanyak 70,2% menyatakan dukungan mereka terhadap gerakan boikot terhadap produk-

⁶Afreiza Octaguna A et al., "Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel Di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia Dalam Nilai Pancasila," *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral* vol 2, no. 1 (2023). <https://journal.forikami.com/index.php/nusantara/article/view/693>

produk yang memiliki keterkaitan dengan Israel. Di sisi lain, hanya 12,8% responden yang menolak partisipasi dalam boikot tersebut, sementara sekitar 17% lainnya memilih untuk tetap netral. Dalam hal ini, produk makanan dan minuman menjadi sasaran utama dari aksi boikot, dengan tingkat persentase mencapai 81,5%. Jika dibandingkan dengan produk elektronik atau pakaian, jenis makanan dan minuman menunjukkan dampak paling besar dari kampanye boikot terhadap produk-produk yang dianggap berhubungan dengan Israel.⁷

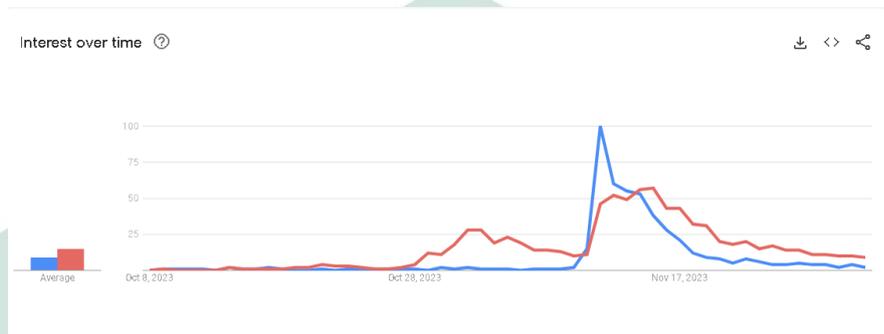


Gambar 1.1 Pendapat publik mengenai aksi boikot produk yang pro-Israel

Kampanye boikot terhadap barang-barang yang dinilai mendukung Israel sering disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial, seperti Twitter, Instagram, dan Facebook. Pasca eskalasi konflik antara Hamas dan Israel yang terjadi pada 8 Oktober 2023, minat pencarian terkait istilah "Boikot Israel" di *Google* mengalami lonjakan, terutama antara 29 Oktober hingga 9 November 2023. Meski demikian, setelah tanggal tersebut, minat pencarian mulai mengalami penurunan. Namun, pencarian mengenai boikot terhadap Israel kembali mengalami

⁷Raka B. Lubis, "Survei GoodStats: Mayoritas Warga Indonesia Dukung Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel," (8 Agustus 2024) <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-iohhj>.

kenaikan pada 11 November 2023, menyusul dikeluarkannya Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 83 Tahun 2023 pada 8 November 2023.⁸



Gambar 1.2. Trend pencarian kata mengenai Fatwa MUI (garis biru) dan Boikot Israel (garis merah).

Sebelum dikeluarkannya Fatwa MUI, antusiasme masyarakat Indonesia terhadap kampanye boikot produk-produk yang berafiliasi dengan Israel masih tergolong minim. Walaupun gerakan boikot yang diprakarsai oleh Boycott, Divestment, and Sanction (BDS) telah berjalan secara global, partisipasi masyarakat Indonesia pada waktu itu masih tergolong rendah. Namun, setelah Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan Fatwa Nomor 83 Tahun 2023, gerakan boikot mulai mendapatkan perhatian lebih besar dari berbagai pihak, termasuk tokoh agama, anggota legislatif, dan masyarakat di sejumlah wilayah.⁹ Selain itu, percakapan di media sosial seperti Twitter juga dipenuhi dengan dukungan warganet terhadap penerbitan fatwa tersebut.

⁸Prihandono Wibowo, *et al.* "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia," *Journal Publicuho* vol 7, no. 1 (2024). <https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/371>

⁹M. Alfa Riski Mokobombang, Fitira Ayu Lestari Niu, and Jamaludin Hasan, "Perilaku Boikot Dalam Perspektif Islam Serta Implementasinya Di Era Kontemporer," *Journal of Economics and Islamic Economics* vol 3, no. 1 (2023). <https://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizi/article/view/769>

Penelitian yang dilakukan oleh Haris Herdiansyah sebelumnya mengungkapkan adanya studi yang membahas secara mendalam tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku boikot. Ia menemukan bahwa paparan informasi melalui media sosial memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap keputusan individu untuk memboikot produk-produk yang mendukung Israel. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam mendorong masyarakat untuk terlibat dalam aksi boikot terhadap produk pro-Israel.¹⁰ Namun demikian, hasil yang berbeda ditunjukkan dalam studi lain yang dilakukan oleh Anisa Nur Hasanah. Dalam penelitiannya, ia menyimpulkan bahwa media sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan maupun positif terhadap keputusan untuk memboikot produk-produk pendukung Israel. Temuan ini menyiratkan bahwa terdapat faktor-faktor lain di luar media sosial yang memengaruhi individu dalam menentukan pilihan untuk melakukan boikot terhadap produk tertentu. Dengan demikian, media sosial tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam perilaku boikot terhadap produk yang berafiliasi dengan Israel.¹¹

Keputusan untuk memboikot produk-produk pro-Israel mencerminkan perubahan dalam kesadaran dan persepsi masyarakat terhadap isu-isu kemanusiaan. Tindakan boikot ini diambil oleh individu sebagai respons terhadap produk yang

¹⁰Haris Herdiansyah et al., "Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot," *Gandiwa Jurnal Komunikasi* vol 4, no. 1 (2024). <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>.

¹¹ Anisa Nur Hasanah, "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Mengenai Produk Boikot dan Konflik Palestina – Israel Terhadap Keputusan Pembelian Produk Boikot" vol 12 no 4(2024), <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47482>.

terkait dengan Israel.¹² Dampak dari gerakan boikot dapat terlihat dari penurunan penjualan produk yang diboikot serta peningkatan pembelian konsumen terhadap alternatif non-Israel.

Terkait dengan isu pemboikotan produk Israel, telah dilakukan aksi solidaritas untuk Palestina, termasuk di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Aksi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, ekonomi, dan politik. Dalam aksi tersebut, masyarakat membentangkan bendera Palestina sepanjang 10 meter sebagai bentuk protes terhadap penindasan yang dilakukan oleh Israel. Mereka berusaha untuk menyuarakan pesan ini sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai produk-produk yang mendukung Israel dan pentingnya untuk memboikotnya.¹³ Namun, tidak sedikit pula yang menentang aksi boikot terhadap produk tertentu karena khawatir akan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan. Banyak yang berpendapat bahwa boikot bisa memicu pemutusan hubungan kerja (PHK) massal, dan sebagian masyarakat masih memilih untuk menggunakan produk yang diboikot karena sudah merasa cocok dan enggan beralih ke alternatif lain meskipun ada seruan untuk boikot. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan mengambil judul **“Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel”**

¹²Rohaya, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, and Budi Dharma, “Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada” 13, no. 03 (2024). <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/36882/19047>

¹³Muhammad Aulia Pammase Batara, “Aksi Bela Palestina Di Palopo, Massa Bentangkan Bendera 10 Meter Di Jalan,” (14 juli 2024), <https://www.detik.com/sulsel/palopo/d-7438453/aksi-bela-palestina-di-palopo-massa-bentangkan-bendera-10-meter-di-jalan>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kecerdasan spiritual berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel?
2. Apakah kesadaran sosial berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel?
4. Apakah kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan media sosial berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan boikot produk pro-Israel di kalangan masyarakat Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh kecerdasan spiritual berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel.
2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran sosial berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel.
3. Untuk menganalisis pengaruh media sosial berpengaruh terhadap keputusan boikot produk pro-Israel.
4. Untuk menganalisis kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan media sosial berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan boikot produk pro-Israel.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi dalam bentuk pengetahuan dan pemahaman baru bagi pihak-pihak yang tertarik pada topik ini. Selain itu, hasil dari studi ini diharapkan dapat dijadikan referensi tambahan bagi penelitian-penelitian berikutnya, khususnya dalam penyusunan proposal atau karya ilmiah seperti skripsi.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat umum, khususnya umat Islam, sebagai panduan dalam menyikapi dan menyaring berbagai isu yang beredar sebelum mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini penting terutama terkait dengan kepastian hukum dari sudut pandang agama Islam. Di samping itu, penelitian ini juga dimaksudkan untuk membantu menangkal dampak negatif dari budaya liberal yang dapat mengancam umat Islam melalui pengaruh pemikiran (gazul fikr).

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang dilakukan sebelumnya memiliki peran penting sebagai bahan perbandingan dan acuan teoritis dalam penyusunan studi ini. Berdasarkan tinjauan literatur yang telah peneliti lakukan, berikut adalah beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan topik yang diangkat:

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Rohaya, Nasution, and Dharma ¹ (2024)	Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Unimed	Penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 98 mahasiswa dipilih menggunakan rumus Slovin dengan teknik random sampling dan metode regresi linier dengan bantuan software SPSS versi 26.0	Secara simultan, semua variabel independen yang diteliti, yaitu nilai religiusitas, demonstrasi (aksi massa), seruan agama (fatwa), aktivitas di media sosial, dan pengetahuan produk, memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan boikot produk Israel
2	Haris Herdiansyah, Siska Safitri, Lidya Alviona Handayani, Elvira Nur Eka Wibowo, Muhamad Alrafi Jatmiko ² (2024)	Pengaruh Paparan Media Sosial, dan Loyalitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk McDonald's Pasca Boikot	Penelitian kuantitatif, dengan sampel penelitian 160, menggunakan uji hipotesis dan uji regresi berganda dengan bantuan software SPSS.	Paparan media sosial, loyalitas, dan konformitas memiliki pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian.

¹Rohaya, Nasution, and Dharma, "Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada Komunitas Muslim Dan Non Muslim Di Palangka Raya." *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPiPS)* vol. 13 no. 3 (2024). <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/36882/19047>

²Herdiansyah, Muhamad Alrafi Jatmiko, "Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot." *Jurnal Komunikasi* vol 4 no. 1 (2024). <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>

3	Rony Setyo Kurniawan, Juhari, Zufriady ³ (2024)	Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal.	Penelitian kualitatif, dengan fokus pada observasi dan studi literasi.	Seruan aksi boikot memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian konsumen.
4	Sri Wahyuni ⁴ (2024)	Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran	Penelitian kuantitatif, dengan sampel penelitian 119 responden, menggunakan bantuan software SPSS.	faktor sosial maupun perilaku konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan boikot produk-produk pro-Israel di Kota Kisaran.
5	Triwikrama ⁵ (2023)	Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia.	Penelitian kualitatif melalui wawancara, survei, dan analisis konten media sosial	Gerakan boikot mempengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam pemilihan produk dan merek.
6	Zahrul Husna ⁶ (2024)	Peran Media Sosial dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel.	Penelitian kualitatif dengan studi kepustakaan	Media sosial berpengaruh terhadap Gerakan solidaritas boikot namun diperlukan pendekatan holistik yang mempertimbangkan berbagai dimensi sosial, ekonomi, dan politik.
7	Azreen Jihan Mohd Hashim, Nurul Nazlia Jamil, Muhamad Azrin Nazri, Muhammad	<i>The Influence Of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence, And Accounting Literacy On Attitude Toward Purchasing Halal</i>	Penelitian kuantitatif, sampel terdiri dari 181 responden yang menggunakan bantuan Software SPSS.	<i>Spiritual Intelligence dan Spiritual Congruence</i> menunjukkan hubungan positif dan signifikan terhadap sikap, namun <i>Accounting Literacy</i>

³Rony Setyo Kurniawan, Juhari, Zufriady “Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal,” *Valuasi, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* vol. 4, no. 2 (2024). <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djeb/article/view/21613>

⁴Sri Wahyuni “Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran,” *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* vol. 5 no. 1 (2024). <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikraj/article/view/5616>

⁵Triwikrama, “Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia,” *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial* vol.2 (2023), <http://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/1063>.

⁶Zahrul Husna, “Peran Media Sosial Dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel,” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* vol. 1 no. 4 (2024). <https://journal.salahuddinal-ayyubi.com/index.php/AQJKPI/article/view/171>

	Majid & N Alia Fahada W Ab Rahman ⁷ (2023)	<i>Products And Intention To Purchase Among Generation.</i>		tidak menunjukkan kolerasi yang signifikan terhadap sikap.
8	Dewi Rahmayanti ⁸ (2023)	<i>The Effect of Internal Locus of Control and Spiritual Intelligence on Personal Financial Management Behavior.</i>	Penelitian kuantitatif, sampel terdiri dari 300 responden yang menggunakan bantuan Software SPSS.	<i>Internal locus of control</i> maupun kecerdasan spiritual memiliki pengaruh positif terhadap manajemen keuangan pribadi.

B. Landasan Teori

1. Kecerdasan Spiritual

a. Definisi Kecerdasan Spiritual

Kecerdasan dapat dipahami sebagai puncak dari perkembangan rasional manusia, yang mencakup ketajaman mental dan kemampuan intelektual. Sementara itu, istilah "spiritual" merujuk pada mental, moral, dan rohani seseorang. Dengan demikian, kecerdasan spiritual dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai yang berkaitan dengan keyakinan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, serta hubungan dengan diri sendiri, sesama makhluk hidup, dan lingkungan sekitar. Danah Zohar dan Ian Marshall, dua tokoh terkemuka dalam bidang ini, mendefinisikan kecerdasan spiritual (atau *Spiritual Quotient*, SQ) sebagai kapasitas untuk menghadapi dan menyelesaikan berbagai

⁷Azreen Jihan Mohd Hashim, "The Influence Of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence, And Accounting Literacy On Attitude Toward Purchasing Halal Products And Intention To Purchase Among Generation Alpha," *Jurnal Nusantara Studies* vol. 8, no. 2 (2023). 10.24200/jonus.vol8iss2pp73-94

⁸Dewi Rahmayanti, "The Effect of Internal Locus of Control and Spiritual Intelligence on Personal Financial Management Behavior," *Integrated Journal of Business and Economics* vol. 7, no. 1 (2023). <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/596>

masalah hidup dengan makna yang lebih dalam dan lebih mendalam.⁹ Kecerdasan ini mencakup kemampuan untuk menilai dan memilih tindakan atau gaya hidup yang memiliki nilai lebih tinggi dan lebih bermakna daripada pilihan-pilihan lain yang hanya bersifat sementara atau dangkal. Dengan kata lain, kecerdasan spiritual tidak hanya berfokus pada kemampuan intelektual, tetapi juga pada kemampuan untuk menghubungkan diri dengan dimensi moral dan spiritual kehidupan yang lebih besar.¹⁰

David Wechsler mendefinisikan kecerdasan sebagai kapasitas mental yang mencakup kemampuan untuk bernalar secara logis. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa kecerdasan tidak dapat disimpulkan dari satu tindakan. Dengan kata lain, kecerdasan adalah kapasitas untuk memahami konsep yang rumit, menyesuaikan diri berdasarkan pengalaman, melakukan tugas dalam berbagai konteks, dan mengatasi pikiran sendiri.¹¹ Parks menambahkan bahwa sangat penting untuk dapat menemukan tujuan dalam hidup seseorang. Gagasan tentang nilai-nilai ketuhanan melampaui agama dan keyakinan. Gagasan ini menekankan bagaimana manusia, khususnya umat Islam, dapat menggunakan prinsip-prinsip ini secara bijaksana untuk membentuk sikap dan perilaku mereka, melampaui penerapan langsung keselarasan spiritual yang dianugerahkan oleh Allah, lalu

⁹Danah Zohar dan Ian Marshall. "*SQ : Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*" (Bandung: Mizan. Cet. Ke-3 2001). hlm 82 hlm. 324.

¹⁰Ulfi Fitri Damayanti and Solihin, "Pengembangan Kecerdasan Spiritual Anak Melalui Pembelajaran Dengan Penerapan Nilai Agama, Kognitif, Dan Sosial Emosional: Studi Deskriptif Penelitian Di Raudhatul Athfal Al-Ihsan Cibiru Hilir," *Syifa Al-Qulub* vol. 3, no. 2 (2019). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/syifa-al-qulub/article/view/4322>

¹¹Nita, Wisnu Bayu Murti, and Zakiyah Isnawati, "Kecerdasan Majemuk Dan Implikasinya Dalam Pendidikan," *Jurnal Psikologi* vol. 18, no. 1 (2019). <https://jurnal.uhn.ac.id/index.php/psikologi/article/view/458>

menekankan bagaimana individu, khususnya Muslim, dapat menerapkan prinsip-prinsip ini secara cerdas untuk membentuk sikap dan perilaku mereka.¹² Kemampuan untuk memahami dan mengendalikan aspek-aspek spiritual kehidupan, seperti empati terhadap orang lain, kesadaran diri akan nilai-nilai dan emosi diri sendiri, dan rasa keterhubungan dengan lingkungan dan masyarakat, dikenal sebagai kecerdasan spiritual. Ini juga melibatkan penerapan nilai moral dalam pengambilan keputusan dan kemampuan untuk mengelola emosi serta perilaku dengan bijak.¹³ Kecerdasan spiritual mempunyai peran yang krusial dalam eksistensi manusia, karena membantu individu untuk membedakan antara kebenaran dan kesalahan, mengembangkan kompas moral, serta menyesuaikan diri dengan norma yang ada. Kecerdasan spiritual adalah kemampuan potensial yang dimiliki setiap individu untuk menyadari serta memberikan makna terhadap Tuhan, nilai-nilai, moralitas, dan kasih sayang kepada kekuatan yang lebih tinggi, yang didasari oleh rasa keterhubungan dengan sesama makhluk hidup.¹⁴

b. Fungsi kecerdasan spiritual

Individu yang memiliki kecerdasan spiritual cenderung menjalin hubungan yang baik dengan Allah. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki ikatan spiritual yang mendalam akan memiliki kedekatan dengan-Nya, yang pada gilirannya akan

¹²Muhammad Azreen, Jihan Mohd Hashim, "The Influence Of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence, And Accounting Literacy On Attitude Toward Purchasing Halal Products And Intention To Purchase Among Generation Alpha," *Jurnal Nusantara Studies* vol. 8, No. 2 (2023). <https://journal.unisza.edu.my/jonus/index.php/jonus/article/view/753>

¹³Sukidi. "Rahasia Sukses, Hidup Bahagia: Kecerdasan Spiritual Mengapa SQ Lebih Penting dari IQ dan EQ". (Jakarta: PT Gramedia Utama 2002). Hlm 133.

¹⁴Sri Juni Yanti Tobing, "Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Viii Di Mtsn 2 Medan Dan Implikasinya Melalui Bimbingan Konseling". <http://repository.uinsu.ac.id/13597/> (2020).

memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan orang lain.¹⁵ Sebagaimana ditulis di dalam dalam Q.S Fushsilat/41 ayat 33:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Terjemahnya:

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan kebajikan, dan berkata, “Sesungguhnya aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?.”¹⁶

Ayat di atas menunjukkan bahwa salah satu tindakan kebaikan dan komunikasi terbesar yang dapat dilakukan orang adalah berdakwah dengan tindakan berbagi kebenaran dan mendorong orang lain untuk mengikuti Allah. Akan tetapi, Allah menekankan perlunya konsistensi antara kata-kata dan tindakan selain memuji mereka yang pandai berbicara. Selain mendorong orang lain untuk berbuat baik, individu tersebut juga harus menjalani kehidupan yang dipenuhi dengan perbuatan baik. Hal ini menunjukkan bahwa dengan memberi contoh bagi orang lain untuk diikuti dengan tindakan moral yang dilakukan sendiri. Individu tersebut kemudian menyatakan bahwa ia adalah seorang Muslim yaitu, seseorang yang sepenuhnya tunduk pada kehendak Allah dengan kerendahan hati dan keyakinan penuh.

Danah Zohar dan Marshall menyatakan bahwa fungsi dari penerapan SQ adalah untuk:

¹⁵Mas udik Abdullah, *Meledakkan ISQ dengan Langkah Taqwa dan Tawakkal*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2005), hlm. 181

¹⁶Qur'an Kemenag, “Fushilat [33]:41,” *Al-Qur'an Kemenag*, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/41?from=33&to=54> (diakses pada 23 Desember 2024).

- 1) Membantu orang lain menjadi diri mereka sendiri saat ini dan memberi mereka kesempatan untuk tumbuh lagi.
- 2) Menjadi lebih mudah beradaptasi, imajinatif, dan berpikiran luas.
- 3) Mengatasi masalah eksistensial, yaitu ketika kita terperosok dalam keputusasaan dan kecemasan, dengan menggunakan SQ.
- 4) Ketika pengaturan diri hilang, SQ dapat digunakan untuk mengarahkan seseorang ke arah yang benar.
- 5) Akan lebih diperlengkapi untuk mengikuti agama mereka dengan benar.
- 6) SQ berperan sebagai penghubung antara individu dengan dirinya sendiri dan orang lain, baik dalam konteks intrapersonal maupun interpersonal..
- 7) Kematangan pribadi dicapai dengan penggunaan SQ.
- 8) Menerapkan SQ ketika dihadapkan dengan keputusan dan realitas diri tertentu.¹⁷

Dapat dikatakan bahwa kemudahan hidup dan hubungan interpersonal seseorang dipengaruhi oleh kecerdasan spiritualnya. Semua ini adalah hasil dari orang yang semakin dekat dengan Sang Pencipta dan semakin berbakti kepada-Nya.

c. Indikator Kecerdasan Spiritual

Ketika individu memutuskan untuk memboikot suatu produk, keputusan tersebut sering kali tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga melibatkan nilai-nilai moral, etika, dan keadilan sosial.. Berikut adalah penjelasan

¹⁷Danah Zohar dan Ian Marshall, "SQ: *Kecerdasan Spiritual*". (Bandung, Mizan, 2000). hlm 28

rinci mengenai indikator kecerdasan spiritual yang berkaitan dengan keputusan boikot. Indikator-indikator kecerdasan spiritual adalah sebagai berikut:

1) Kesadaran diri

Menyadari diri sendiri merupakan teknik untuk mengendalikan hidup. Kesadaran diri juga memungkinkan orang untuk menahan diri dari membuat penilaian cepat. Orang dengan tingkat kesadaran diri yang tinggi lebih mampu memikirkan segala sesuatunya, menunda bereaksi, dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang lebih menyeluruh ketika emosi memengaruhi perilaku. Orang yang sangat sadar diri dapat menunjukkan motivasi di balik pilihan boikot mereka. Misalnya, ketika seseorang memilih untuk memboikot suatu produk dari suatu bisnis yang mereka yakini tidak bermoral, misalnya, kesadaran diri memungkinkan mereka untuk memahami mengapa cita-cita tersebut penting bagi mereka. Mereka mampu menentukan apakah pilihan tersebut didasarkan pada pengetahuan faktual atau sekadar respons emosional terhadap suatu masalah.

2) Keterhubungan

Keterhubungan adalah rasa saling terhubung dengan orang lain dan lingkungan sekitar. Hal ini melibatkan kesadaran bagaimana tindakan kita memengaruhi orang lain dan ekologi yang lebih luas. Keterhubungan memungkinkan orang untuk melihat keputusan boikot mereka sebagai komponen dari jaringan yang lebih luas. Ketika seseorang memilih untuk memboikot, mereka memperhitungkan dampaknya pada komunitas mereka, lingkungan, dan masyarakat luas di samping pengaruh pribadi mereka sendiri.

3) Nilai Moral

Nilai moral adalah konsep panduan yang membantu orang memutuskan apa yang baik dan salah. Ini memerlukan pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan etika. Keyakinan moral yang kuat sering kali menjadi dasar keputusan boikot. Ketika mengambil keputusan, orang dengan kecerdasan spiritual yang kuat akan mempertimbangkan prinsip-prinsip ini. Mengetahui keyakinan ini memungkinkan orang untuk menegakkan keyakinan moral mereka dalam menghadapi tekanan dari luar untuk mengubah arah tindakan mereka.

4) Pengelolaan Emosi

Pengelolaan emosi adalah kemampuan untuk mengatur dan mengendalikan emosi, khususnya dalam situasi yang melelahkan atau sulit secara emosional, dikenal sebagai manajemen emosi. Ini membutuhkan kemampuan untuk menjaga ketenangan dan akal sehat. Orang yang dapat mengendalikan emosi mereka lebih mampu melihat berbagai hal secara rasional dan membuat keputusan yang tidak hanya bergantung pada perasaan.¹⁸

2. Kesadaran Sosial

a. Definisi Kesadaran Sosial

Kesadaran berasal dari kata "sadar," yang berarti menyadari atau merasakan bahwa kita memiliki pengetahuan dan pemahaman. Kita dapat mengenali apakah kita mengerti dan yakin akan situasi tertentu, terutama dalam konteks tanggung

¹⁸Wigglesworth, C. "SQ21: *The Twenty-One Skills Of Spiritual Intelligence*". (NewYork: SselectBooks 2012). hlm 54-91

jawab dan komitmen sebagai warga.¹⁹ Manusia, sebagai ciptaan Allah Swt, merupakan makhluk paling sempurna di antara makhluk lainnya. Selain itu, manusia juga adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, sehingga ketergantungan antarindividu menjadi suatu hal yang wajar.²⁰ Kesadaran sosial merujuk pada pemahaman terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat dan lingkungan sekitar, yang terus berubah dari waktu ke waktu, untuk meningkatkan kepekaan terhadap tantangan yang ada.

Dalam Teori dan Strategi Perubahan Sosial, dikemukakan bahwa Kesadaran sosial seringkali dihubungkan dengan keterampilan sosial seperti komunikasi efektif, mendengarkan secara aktif, dan kemampuan untuk menyelesaikan konflik secara damai.²¹ Wegner dan Guiliano menyatakan bahwa "Kesadaran sosial adalah kejadian mental di mana seseorang membentuk representasi mental mengenai dirinya sendiri atau orang lain." Dengan kata lain, kesadaran sosial dapat dipahami sebagai gambaran pikiran individu tentang dirinya dan orang lain. Hal ini mencerminkan cara individu menyusun persepsinya terhadap informasi yang berhubungan dengan tujuan sosial mereka. Postmes, Spears, dan Cihangir juga menambahkan bahwa ketika berusaha mempengaruhi orang lain, seseorang cenderung memperhatikan cara orang lain memandang dirinya. Dengan demikian,

¹⁹Derry Ahmad Rizal and Ahmad Kharis, "Kesadaran Sosial Dalam Pemikiran Nietzsche: Tinjauan Dalam Proses Pengembangan Masyarakat Di Indonesia," *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* vol. 7, no. 1 (2022): 69, <https://doi.org/10.24235/empower.v7i1.9787>.

²⁰Muh. Alwi and Nurafifah Nurafifah, "Praktek Jual Beli Batu Sungai Dalam Tinjauan Hukum Islam Di Lingkungan Jambu Tua Kelurahan Darma Kecamatan Poewali," *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2020): 30, <https://doi.org/10.35329/jalif.v5i1.1785>.

²¹Prof. Dr. Agus Suryono, "*Teori Dan Strategi Perubahan Sosial*", (Jakarta: Bumi Aksara, Januari 2020). Hlm 48

individu tersebut dapat menyesuaikan partisipasinya agar lebih sesuai, yang pada gilirannya akan memengaruhi penilaian orang lain terhadapnya dalam konteks sosial tersebut.²² *Social awareness* atau Kesadaran sosial merujuk pada kemampuan untuk memahami dan merespons dengan empati terhadap perasaan, motivasi, dan kebutuhan orang lain dalam berbagai situasi sosial. Daniel Goleman menjelaskan bahwa kesadaran sosial melibatkan "kemampuan untuk menangkap dan merespons dengan tepat sinyal sosial yang diberikan oleh orang lain." Ini mencakup kepekaan terhadap dinamika hubungan antarpribadi, kemampuan untuk memahami sudut pandang orang lain, serta sensitivitas terhadap perbedaan budaya dan latar belakang individu.²³

Konsep kesadaran sosial mencakup dua aspek penting dalam kehidupan manusia yang saling terkait, yaitu hak dan kewajiban sebagai individu dalam masyarakat. Kesadaran sosial adalah kemampuan untuk memahami isu-isu yang mempengaruhi komunitas, merasa bertanggung jawab terhadap kesejahteraan orang lain, berpartisipasi aktif dalam lingkungan sosial, serta menyadari dampak ekonomi dan lingkungan dari tindakan yang diambil. Hal ini mendorong individu untuk bertindak secara etis dan berkontribusi pada perubahan yang positif di masyarakat. Kesadaran sosial berkembang melalui pemahaman tentang berbagai kontradiksi dalam aspek sosial, politik, pendidikan, dan ekonomi, yang mendorong individu untuk berani melawan elemen penindasan dalam realitas tersebut. Freire

²²Sumitro and Imam Yuliadi, "Peran Pendidikan Dalam Membangun Kesadaran Sosial Masyarakat Bima," *Jurnal Pendidikan* vol. 9, no. 2 (2019). <https://ejournal.tsb.ac.id/index.php/jpi/article/view/230>

²³Chatarina suryaningsing, *Kecerdasan Emosional Di Era Digital*, (Jakarta: PT Media Penerbit Indonesia, 2024). hlm 112-124

berpendapat bahwa kesadaran sosial muncul karena individu perlu memiliki kecerdasan sosial. Kecerdasan sosial tidak hanya melibatkan empati terhadap masyarakat yang mengalami penindasan, baik fisik maupun psikologis, tetapi juga pemahaman yang mendalam tentang realitas sosial. Dengan pemahaman ini, individu dapat mengetahui langkah yang tepat untuk diambil, meskipun itu berarti harus menentang struktur atau sistem yang ada dalam masyarakat.²⁴

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kesadaran Sosial

Tiga faktor yang memengaruhi bentuk kesadaran sosial individu adalah kognisi, tujuan, dan motif, yang menentukan jenis kesadaran sosial yang diterapkan. Hal ini mencerminkan pengetahuan sosial yang diperlukan oleh individu. Sebagai contoh, seseorang yang memiliki kebutuhan kuat akan kedekatan atau keakraban cenderung menempatkan dirinya pada posisi orang lain untuk dapat berempati. Sheldon menjelaskan bahwa faktor yang memengaruhi kesadaran sosial adalah kemampuan seseorang untuk membantu orang lain memperoleh pengetahuan sosial yang diperlukan dalam membangun hubungan saat berinteraksi di lingkungan masyarakat.²⁵

Salah satu syarat untuk bersosialisasi adalah memiliki rasa empati yang mendalam terhadap berbagai isu dan ketidakadilan sosial yang ada di masyarakat. Ini merupakan prasyarat penting untuk menjalin interaksi sosial. Oleh karena itu, untuk mengelola berbagai masalah yang muncul di masyarakat dengan tepat,

²⁴Erniwati La Abute, "Konsep Kesadaran Sosial" *Jurnal Pendidikan Glasser* vol. 3, no. 2 (2020).https://www.researchgate.net/publication/344023767_Konsep_Kesadaran_Sosial_Dalam_Pendidikan

²⁵Slameto, "Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar" (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2015). hlm 54-72

seseorang perlu bersikap empati. Untuk mencapai tujuan yang baik, diperlukan kerja sama yang harmonis dalam kerangka kebaikan dan kebenaran, bukan dalam konteks dosa dan permusuhan. Hal ini dituliskan dalam Q.S. Al-Anfal/8 ayat 73 sebagai berikut:

وَالَّذِينَ كَفَرُوا بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ إِلَّا تَفْعَلُوهُ تَكُنْ فِتْنَةٌ فِي الْأَرْضِ وَفَسَادٌ كَبِيرٌ

Terjemahnya:

“Orang-orang yang kafur, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Jika kamu tidak melaksanakan apa yang telah diperintahkan Allah (untuk saling melindungi), niscaya akan terjadi kekacauan di bumi dan kerusakan yang besar.”²⁶

Ayat tersebut menegaskan bahwa orang-orang kafir saling mendukung satu sama lain dalam kepentingan mereka. Oleh karena itu, umat Islam juga diperintahkan untuk bersatu, saling menolong, dan menjalankan perintah Allah agar tidak terjadi kekacauan dan kerusakan besar di dunia. Ayat ini mengajarkan pentingnya solidaritas umat Islam untuk melawan ketidakadilan. Boikot menjadi salah satu bentuk nyata persatuan dan perlawanan terhadap penindasan, agar umat tidak diam dan justru membiarkan kerusakan terus meluas.

c. Bentuk Kesadaran Sosial

Berbagai bentuk kesadaran sosial yang diterapkan individu dalam kehidupan sosialnya mencakup yang diidentifikasi oleh Sheldon dan Johnson.²⁷

²⁶Qur'an Kemenag, “Al-Anfal [73]:8,” *Al-Qur'an Kemenag*, 2022, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/8?from=73&to=73> (diakses pada 23 Desember 2024).

²⁷Ine Yudiana, “Upaya Guru Dalam Menanamkan Kesadaran Sosial Melalui Mata Pelajaran Ips Pada Siswa Di Smpn 1 Sambit Ponorogo,” 2023. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/23727/>

Berikut ini memberikan penjelasan yang lebih menyeluruh tentang berbagai bentuk kesadaran sosial:

1) Perspektif diri sendiri dan perspektif orang lain

Cara pandang seseorang dapat dilihat dari perspektif dirinya sendiri maupun orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran sosial individu bisa dilihat baik dari sudut pandangnya sendiri maupun pandangan orang lain.

2) Diri sendiri sebagai objek dan orang lain sebagai objek

Dalam hal ini, bentuk objek evaluasi atau apa yang diamatinya dapat berupa dirinya sendiri dan orang lain. Kesadaran terhadap objek pengamatan, baik mengenai diri sendiri maupun orang lain, disebut sebagai kesadaran *focus*. Ini menyiratkan bahwa suatu objek dapat mengungkapkan kesadaran sosial seseorang. Diri sendiri atau individu lain dapat berperan sebagai objek dalam situasi ini.

3) Penampilan yang terlihat dan pengalaman yang tidak terlihat.

Kesadaran sosial seseorang bisa dinilai melalui tindakan yang terlihat oleh orang lain atau melalui pengalaman yang tidak tampak, hal ini meliputi pikiran dan perasaan pribadinya. Selain itu, hal ini juga bisa dilihat dari sudut pandang individu, baik dari perspektif diri sendiri maupun orang lain.

d. Indikator Kesadaran Sosial

Seseorang yang memiliki kesadaran sosial berupaya memahami dan mempelajari cara mengembangkan ikatan emosional dengan orang lain, terlepas

dari latar belakang atau kelas sosial mereka.²⁸ Adapun indikatornya, sebagai berikut:

1) Pemahaman terhadap isu sosial

Kesadaran sosial dimulai dengan pemahaman menyeluruh terkait isu-isu sosial yang ada. Banyak orang yang terdampak oleh isu sosial, yang memerlukan perbaikan cepat melalui berbagai inisiatif. Ketika isu-isu etika, sosial, dan politik saling berhubungan, isu sosial mendorong individu untuk membuat pilihan antara tindakan atau di antara dua prinsip etika yang sering kali menimbulkan konflik.²⁹ Individu yang peduli dengan masalah sosial akan melihat dan memahami alasan untuk melakukan boikot, seperti ketidakadilan ekonomi, kerusakan lingkungan, atau pelanggaran hak asasi manusia. Mereka dapat membuat keputusan yang lebih signifikan dan tepat jika mereka memahami latar belakang ini.

2) Tanggung jawab sosial

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR) mampu meningkatkan penjualan dan penguasaan pasar. Banyak bisnis yang terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) karena berbagai alasan seperti berorientasi keuntungan, termasuk meningkatkan penjualan, mendorong inovasi,

²⁸Almubarak, "Kontribusi Dampak Social Awareness Terhadap Group Performance Melalui Pembelajaran Kimia: Quantitatif Approach," *Terindeks Di SINTA, IPI Portal Garuda* vol. 8, no. 2 (2020). <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/quantum/article/view/4011>

²⁹Galuh Prasetyaningrum, Finda Nurmayanti, and Fallya Azahra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* vol. 3, no. 2 (2022). <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1115>

mengurangi produksi yang sia-sia, menurunkan risiko di masa depan, dan mendapatkan akses ke keuangan.³⁰

Kesadaran sosial mencakup rasa tanggung jawab terhadap komunitas dan masyarakat. Individu yang menyadari tanggung jawab sosial mereka akan lebih cenderung untuk mengambil tindakan yang bertujuan untuk mendorong perubahan positif, termasuk boikot sebagai bentuk protes terhadap praktik yang dianggap tidak etis. Mereka memahami bahwa keputusan boikot bukan hanya tentang kepentingan pribadi, tetapi juga tentang bagaimana tindakan mereka dapat berkontribusi pada keadilan dan kesejahteraan sosial.

3) Keterlibatan dalam komunitas

Untuk mencegah kritik atau keterasingan, sebagian orang cenderung selalu menyelaraskan perilaku mereka dengan perilaku kelompok referensi. Salah satu definisi komunitas adalah kumpulan individu yang memiliki ikatan emosional, berbagi identitas kelompok bersama, dan saling memengaruhi dalam hubungan mereka.³¹ Saat anggota komunitas merasa puas dengan suatu merek atau produk, mereka cenderung membagikan pengalaman positif mereka kepada orang lain dan merekomendasikan produk tersebut kepada anggota lainnya. Individu yang memiliki kesadaran sosial yang tinggi biasanya terlibat aktif dalam komunitas mereka dan berpartisipasi dalam diskusi mengenai isu-isu sosial. Keputusan mereka

³⁰Mochammad Abdul Muid Al Choiri and Mochamad Nurhadi, "The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Purchase Intention Through Brand Images as a Variable Mediation in Telkom Product in Surabaya," *Journal of Business & Banking* vol. 8, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1652>.

³¹Rachma Gayatri, "Pengaruh Kepercayaan Dan Efek Komunitas Terhadap Sikap Merek Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian," *Ekonomika*, (2020). <https://eprints.undip.ac.id/39681/1/Gayatri.pdf>

untuk memboikot dipengaruhi oleh berbagai sudut pandang dan informasi yang lebih luas yang dapat mereka peroleh sebagai hasil dari keterlibatan mereka. Partisipasi dalam komunitas juga dapat menumbuhkan rasa persaudaraan, yang meningkatkan makna.

3. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Di era globalisasi saat ini, setiap individu dituntut untuk memiliki pola pikir yang maju. Hal ini terlihat jelas dari pesatnya perkembangan teknologi yang terus mengalami perubahan secara cepat, seiring dengan dinamika dunia yang juga berubah dengan sangat cepat, baik dalam bidang teknologi, politik, maupun sosial. Salah satu contoh nyata dari kemajuan teknologi adalah hadirnya *smartphone*, yaitu perangkat komunikasi cerdas yang memiliki fungsi canggih dan kemampuan mendekati komputer. Kehadiran *smartphone* ini menjadi alat utama dalam mengakses media sosial, yang kini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan orang untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini secara instan di ruang digital.³² Media sosial adalah *platform online* yang memberi kesempatan kepada penggunanya untuk berinteraksi, berbagi, dan menciptakan berbagai jenis konten dengan mudah, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi, dan dunia virtual.³³ Di antara berbagai *platform* ini,

³²Nurdin Batjo and Maheirina Disman, "The Effect of Perceived Quality and Brand Image on Smartphone Purchase Decisions," *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness* 5, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.24256/dinamis.v5i1.3351>. hlm 30–42

³³Faidah Yusuf et al., "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera," *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2023). <https://jurnal.intekom.id/index.php/ijstech/article/view/1285>. hlm 1–8.

blog, jejaring sosial, dan wiki adalah yang paling banyak digunakan di seluruh dunia. *Platform* tersebut mencakup berbagai aplikasi yang memadai bagi individu dan komunitas untuk terhubung, berbagi informasi, berkomunikasi, serta kadang kala, berkolaborasi atau bermain bersama. Selain itu, media sosial juga memberikan peluang untuk interaksi yang lebih pribadi di antara pengguna, yang mencakup penyampaian konten komunikasi yang lebih intim. *Social Media Influence Theory* yang menyatakan bahwa pengaruh media sosial sebagai kemampuan *platform* dan penggunaannya untuk mengubah atau memperkuat norma, nilai, dan perilaku melalui pembuatan, berbagi, dan interaksi konten. Pengaruh ini dimediasi melalui algoritme yang memprioritaskan konten tertentu, kekuatan persuasif jaringan sosial, dan kemudahan penyebaran informasi di seluruh jaringan global. Teori ini menyoroti peran *influencer* utama, konten viral, dan sifat interaktif *platform* ini dalam membentuk wacana publik dan identitas pribadi.³⁴

Mandibergh mengemukakan bahwa media sosial merupakan *platform* digital yang mendukung kolaborasi di antara pembuat konten. Di sisi lain, Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kumpulan aplikasi berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan membagikan konten yang mereka buat sendiri, berdasarkan teknologi dan konsep Web 2. 0. Sementara itu, Boyd dan Ellison menjelaskan bahwa situs jejaring sosial adalah layanan daring yang mengizinkan pengguna untuk membuat profil yang publik atau semi-publik, merancang daftar koneksi dengan pengguna lain, serta mengakses dan menjelajahi

³⁴Joseph Edhie Rachmad, “*Social Media Influence Theory*,” (Phoenix Cactus Book Publishing, 2024).

jaringan koneksi yang dimiliki oleh pengguna lain di dalam *platform* tersebut.³⁵ Berbeda pandangan dengan Shirky, yang menyebut media sosial sebagai sarana untuk memperluas kemampuan individu dalam berbagi informasi, bekerja sama, dan bertindak secara kolektif di luar struktur organisasi formal. Van Dijk menyampaikan bahwa media sosial merupakan platform berbasis media yang menitikberatkan pada kehadiran pengguna serta mendukung aktivitas dan kolaborasi mereka. Dengan demikian, media sosial dapat dipahami sebagai alat digital yang berfungsi sebagai fasilitator dalam mempererat hubungan sosial dan memperluas jaringan koneksi antar pengguna.³⁶

b. Karakteristik media sosial

Media sosial memiliki enam karakteristik utama yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya, yaitu:

1) Jaringan (*Network*)

Jaringan atau infrastruktur adalah elemen dasar dalam media sosial yang menghubungkan berbagai perangkat keras, baik itu perangkat komputer, ponsel, maupun alat komunikasi lainnya. Jaringan ini memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan efisien antara pengguna di seluruh dunia, menjadikan media sosial sebagai platform global yang mudah diakses.

³⁵Andi Asari, *Peran Media Sosial Dalam Pendidikan Sustainability* (Switzerland vol. 11, 2023). hlm 1-4

³⁶Dwi Novaria Misidawati and Etc. Rahmawati, "Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel Di Indonesia," vol. 15, no. 1 (2024). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jic/article/view/13759>

2) Informasi (*Information*)

Informasi merupakan elemen fundamental dalam media sosial, di mana komunikasi di dalamnya sangat bergantung pada data dan konten yang dibagikan oleh pengguna. Baik itu berbentuk teks, gambar, video, atau suara, informasi ini memungkinkan interaksi antara pengguna dan menjadi dasar bagi terciptanya percakapan, diskusi, maupun penyebaran berita.

3) Arsip (*Archive*)

Salah satu fungsi penting dari media sosial adalah sebagai tempat penyimpanan data atau arsip digital yang berisi informasi dari para penggunanya. Setiap konten yang dibagikan, baik itu pos, foto, video, atau komentar, tersimpan dalam bentuk arsip yang dapat diakses kapan saja, memungkinkan informasi untuk tetap hidup dan relevan meskipun telah lama diposting.

4) Interaktivitas (*Interactivity*)

Media sosial tidak hanya memungkinkan pengguna untuk melihat konten, tetapi juga berinteraksi dengan konten tersebut dan dengan pengguna lainnya. Interaktivitas ini terwujud dalam bentuk komentar, *like*, *share*, atau *direct message* yang menciptakan ruang untuk komunikasi dua arah, memfasilitasi percakapan yang lebih personal dan langsung.

5) Simulasi Sosial (*Social Simulation*)

Media sosial dapat menciptakan pengalaman sosial yang menyerupai interaksi dunia nyata, meskipun tanpa pertemuan fisik. Pengguna dapat berkomunikasi dengan teman, bergabung dalam komunitas, atau mengikuti

perkembangan situasi sosial dan politik secara virtual, membentuk ikatan sosial melalui platform digital.

6) Konten Pengguna (*User-generated Content*)

Salah satu ciri khas media sosial adalah kemampuannya untuk memungkinkan penggunanya membuat dan berbagi konten. Konten ini tidak terbatas pada materi yang sudah ada sebelumnya, tetapi juga mencakup segala bentuk kreasi yang dihasilkan oleh pengguna, mulai dari tulisan, foto, video, hingga blog dan podcast, yang memberi kebebasan bagi setiap individu untuk menjadi produser konten.³⁷

c. Indikator Media Sosial

1) Partisipasi

Media sosial mendorong individu untuk terlibat secara aktif dengan memberikan kontribusi serta menerima tanggapan atau respons dari pengguna lainnya.

2) Keterbukaan

Sebagian besar platform media sosial mendukung partisipasi terbuka dan umpan balik dari pengguna, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan pilihan, mengomentari, serta menyebarkan berbagai informasi.

³⁷Nasrullah, Rulli. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi (Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 2015) hlm. 48

3) Percakapan

Komunikasi dalam media sosial berlangsung secara timbal balik, memungkinkan pertukaran pesan yang dapat diakses dan dibagikan oleh audiens yang lebih luas.

4) Saling Terhubung

Media sosial dirancang untuk menciptakan koneksi, memungkinkan interaksi antar individu, situs, maupun sumber informasi lainnya, termasuk di antara mereka yang sebelumnya tidak saling terhubung. Sebagian besar platform berkembang berdasarkan kekuatan jaringan dan keterhubungan tersebut.³⁸

4. Keputusan Boikot

a. Definisi Keputusan Boikot

Pengambilan keputusan merupakan proses analitis yang bertujuan untuk menentukan pilihan terbaik atau cara paling efisien dalam bertindak. Pengambilan keputusan terjadi jika pelanggan dapat menangkap pesan produk yang berkaitan dengan kebutuhan seseorang maupun sekelompok. Keputusan pembelian merupakan rangkaian aktivitas pelanggan dalam menentukan suatu produk atas bermacam produk pilihan untuk pemenuhan kebutuhan pelanggan yang berakhir melalui tindakan pembelian.³⁹ Pendekatan ini tidak hanya diterapkan dalam bidang manajemen produksi dan operasional, seperti evaluasi produk baru, tetapi juga digunakan dalam berbagai konteks pengambilan keputusan manajerial. Ilmu

³⁸Antony Mayfield, "What Is Social Media?," (Icrossing, 2008), hlm 1–36, http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf.

³⁹Nurdin Batjo, "Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian," *Journal of Islamic Management And Bussines* vol. 1, no. 2 (2018): 1–21.

tentang pengambilan keputusan membahas bagaimana seseorang memilih alternatif yang paling sesuai dan menyoroiti perilaku individu dalam membuat keputusan. Setiap orang memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan mengambil keputusan berdasarkan persepsinya terhadap situasi tertentu. Perbedaan dalam struktur pengetahuan individu turut memengaruhi cara mereka mengambil keputusan, yang dipengaruhi oleh berbagai konteks sosial, termasuk tekanan politik, ekonomi, maupun sosial.⁴⁰

Siagian mengartikan pengambilan keputusan sebagai suatu pendekatan yang terstruktur dalam menyelesaikan permasalahan yang muncul. Menurut Salusu, proses ini mencakup pemilihan tindakan alternatif yang paling sesuai dengan kondisi yang sedang dihadapi. Sementara itu, Jannis dan Mann menyoroiti bahwa pengambilan keputusan merupakan metode penyelesaian masalah yang menghindari pengaruh situasi tertentu. Oleh karena itu, pengambilan keputusan dapat dipahami sebagai suatu proses untuk menentukan satu pilihan yang dianggap paling tepat di antara berbagai opsi yang tersedia. Keputusan yang diambil harus bersifat fleksibel, berbasis analisis, serta dapat direalisasikan dengan dukungan sumber daya yang tersedia, baik dari segi tenaga manusia maupun material.⁴¹

Istilah "pemboikotan" berasal dari kata dalam bahasa Inggris "*boycott*," yang mulai dikenal sekitar tahun 1880 pada masa "War Land" di Irlandia. Kata ini diambil dari nama *Captain Charles Boycott*, seorang pengelola tanah asal Inggris yang bekerja untuk Earl Erne, seorang tuan tanah. Pada waktu itu, para penyewa

⁴⁰Muhyadi Muhyadi, "Teknik Pengambilan Keputusan," *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi* vol. 3, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v3i2.3796>.

⁴¹Luthfia Yuli, "Konsep Pengambilan Keputusan," *Research Gate* 1, no. 1 (2019): 172–86.

tanah di Irlandia menolak segala bentuk interaksi dengan boikot termasuk berhenti memasok kebutuhan pangan dan menolak bekerja untuknya sebagai bentuk tekanan agar menurunkan tarif sewa. Sejak saat itu, istilah pemboikotan mengalami perluasan makna menjadi sebuah aksi penolakan untuk membeli, menggunakan, atau menjalin hubungan dengan individu atau entitas tertentu sebagai wujud protes atau upaya tekanan sosial. Gerakan pemboikotan terhadap produk-produk yang berafiliasi dengan Israel muncul sebagai reaksi masyarakat global, khususnya di Indonesia, terhadap konflik yang tak kunjung usai antara Israel dan Palestina. Aksi boikot ini dipandang sebagai bentuk perlawanan non-kekerasan serta upaya masyarakat Indonesia dalam memberikan tekanan kepada Israel agar menghentikan kebijakan dan tindakan yang dinilai merugikan serta menindas warga Palestina. Inisiatif ini juga sejalan dengan kampanye global bertajuk *Boycott, Divestment, and Sanctions* (BDS), yang dimulai pada tahun 2005 oleh sejumlah organisasi masyarakat sipil Palestina. Kampanye BDS mengajak komunitas internasional untuk melakukan boikot terhadap Israel hingga pelanggaran terhadap hak-hak rakyat Palestina dihentikan.⁴²

Pemboikotan dapat diartikan sebagai tindakan kolektif yang menolak untuk berinteraksi dengan individu, toko, atau organisasi sebagai bentuk ungkapan ketidaksetujuan atau untuk memaksa penerimaan syarat tertentu. Boikot dapat didefinisikan sebagai kesepakatan antara dua pihak atau lebih untuk tidak melakukan transaksi dengan pihak lainnya. Stephen F. Ross mengungkapkan

⁴²Arif Maftuhin, *Arah Baru Kesejahteraan Sosial: Dari Inovasi Hongga Isu Kontemporer* (Samudra Biru, 2024). hlm 45

bahwa istilah boikot mencakup serangkaian tindakan bersama untuk menolak melakukan hubungan bisnis dengan pihak tertentu. Dalam kasus *St. Paul Fire & Marine Insurance Co. v. Barry*, boikot dijelaskan sebagai bentuk penolakan dimana pengadilan mendefinisikan boikot sebagai "metode yang digunakan untuk menekan pihak yang terlibat dalam perselisihan dengan cara menahan atau mendorong pihak lain agar tidak memberikan dukungan atau layanan kepada pihak yang menjadi sasaran." Definisi ini juga mencakup "tekanan pada pihak ketiga dalam suatu perjanjian untuk tidak melakukan transaksi bisnis, yang bertujuan untuk memaksa kelompok yang diboikot." Beberapa sasaran boikot dilakukan oleh pesaing untuk mengeluarkan mereka dari pasar, sehingga para pemboikot dapat mempertahankan bisnis mereka sendiri.⁴³

Keputusan boikot merupakan tindakan yang diambil oleh seseorang individu dalam melakukan konsumsi terhadap *affiliate* Israel.⁴⁴ Keputusan untuk melakukan boikot adalah tindakan bersama yang melibatkan penolakan terhadap produk, layanan, atau kebijakan tertentu sebagai bentuk protes. Dalam konteks sosial dan politik, boikot dapat berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengekspresikan ketidakpuasan, memengaruhi kebijakan, dan mendorong perubahan.

⁴³Siti Anisah, "Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat," *Jurnal Media Hukum* vol. 22, no. 2 (2020), <https://doi.org/10.18196/jmh.2015.0054.173-189>.

⁴⁴Hilmiatus Sahla Sri Wahyuni, Umi Khulsum, Zahra Nur Fadila, Lilis Apriliani, "Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran," *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* vol. 5 (2024). hlm 103–14.

b. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Boikot

Berbagai faktor kompleks dapat mempengaruhi keputusan untuk melakukan boikot. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa faktor yang dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan boikot:

1) Media dan Informasi

Media merupakan sarana atau perangkat yang dimanfaatkan untuk menyalurkan informasi, gagasan, serta pesan kepada khalayak. Media memiliki peran penting dalam memberikan edukasi, menyebarkan informasi, dan menyuguhkan hiburan kepada masyarakat. Selain itu, media juga berkontribusi dalam pembentukan opini publik serta menjadi wadah untuk berdiskusi.⁴⁵

Abdul Kadir menjelaskan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang telah diubah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi penerimanya, sehingga dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan, baik untuk sekarang maupun di masa depan.⁴⁶ Informasi adalah hasil pengolahan atau penyusunan data sedemikian rupa sehingga memiliki makna dan kegunaan bagi penerimanya. Informasi dapat berupa fakta, deskripsi, atau penjelasan tentang suatu topik. Perannya sangat penting dalam membantu proses pengambilan keputusan, menyelesaikan masalah, serta meningkatkan pengetahuan baik secara individu maupun dalam lingkup masyarakat.

⁴⁵Alfira Damayanti, Isniyunisafna Diah Delima, and Ari Suseno, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang)," *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 6, no. 1 (2023).

⁴⁶Dhea Anjeli, Sri Tita Faulina, and Abdulloh Fakih, "Sistem Informasi Perpustakaan Sekolah Dasar Negeri 49 OKU Menggunakan Embarcadero XE2 Berbasis Client Server," *Jurnal Informatika Dan Komputer (JIK)* vol. 13, no. 2 (2022).

2) Dampak Ekonomi

Peningkatan produktivitas ekonomi sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi merupakan aspek pembangunan ekonomi yang dianalisis secara mendalam.⁴⁷ Dampak ekonomi merujuk pada efek yang ditimbulkan oleh suatu peristiwa, kebijakan, atau tindakan terhadap perekonomian, baik dalam skala mikro (individu atau perusahaan) maupun makro (ekonomi suatu negara).

3) Tren Budaya

Di era globalisasi saat ini, budaya tidak lagi terbatas pada tradisi atau warisan yang diturunkan dari generasi ke generasi. Sebaliknya, budaya kini semakin dibentuk melalui berbagai media, yang kemudian melahirkan sebuah bentuk baru yang dikenal sebagai budaya populer. Penyebaran budaya ini dilakukan melalui berbagai cara, seperti film, musik, hingga kuliner.⁴⁸ Tren budaya adalah bentuk perubahan yang berkembang dalam kebiasaan, nilai-nilai, serta praktik sosial masyarakat seiring waktu. Tren ini tidak hanya menunjukkan hal-hal yang sedang digemari, tetapi juga mencerminkan cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk jati diri mereka.

⁴⁷Muhammad Arif and Zana Zein Hardimanto, “Kinerja Ekonomi Dan Dampaknya Terhadap Degradasi Lingkungan Hidup Di Indonesia,” *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan* 7, no. 1 (2023): 44–55, <https://doi.org/10.32630/sukowati.v7i1.338>.

⁴⁸Eni Susanti “Pengaruh Budaya Populer Di Kalangan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Budaya Komunitas Etnik (Studi Tentang Korean Wave Di Komunitas Suku Mandar, Provinsi Sulawesi Barat),” *Jurnal Ketahanan Nasional* 29, no. 3 (2024): 291–312, <https://doi.org/10.22146/jkn.88415>.

c. Jenis- jenis Keputusan Boikot

Keputusan boikot dapat dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan konteks, tujuan, dan pelaksanaannya. Berikut adalah beberapa jenis keputusan boikot:

1) Boikot Ekonomi

Boikot ekonomi merujuk kepada tindakan menolak untuk membeli produk atau perkhidmatan tertentu sebagai bentuk protes terhadap tindakan atau kebijakan yang dianggap tidak adil. Tindakan ini sering kali bertujuan untuk memberi tekanan kepada pihak tertentu, seperti negara atau syarikat, untuk mengubah tindakan mereka. Tindakan pembelian barang dan jasa tidak semata-mata untuk meningkatkan keuntungan finansial tetapi juga untuk mengorganisasi lingkungan sosial dan moral. Boikot juga dapat didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok atau banyak orang untuk mencapai tujuan tertentu dengan meminta pelanggan untuk tidak membeli atau menolak barang atau jasa yang tersedia di pasar.⁴⁹

2) Boikot Sosial

Boikot sosial merujuk pada tindakan kolektif untuk menolak interaksi atau sokongan terhadap individu, organisasi, atau produk tertentu sebagai bentuk protes terhadap tindakan atau kebijakan yang dianggap tidak adil. Gerakan *Boycott, Divestment, and Sanctions* (BDS) terhadap Israel telah mendapatkan perhatian yang signifikan dari berbagai lapisan masyarakat,

⁴⁹Implikasi Hukum, dan Ekonomi, and Gerakan Boikot, "Implikasi Hukum Dan Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Perindustrian Di Indonesia 1" 10 (2024): 1–15.

seiring dengan semakin menguatnya dukungan masyarakat Indonesia terhadap perjuangan kemerdekaan Palestina. Aktivis dan kelompok pro-Palestina secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai platform utama untuk meningkatkan kesadaran tentang berbagai masalah yang dihadapi Palestina, yang timbul sebagai akibat dari kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh Israel. Melalui media sosial, gerakan ini tidak hanya menyebarkan informasi terkait penderitaan yang dialami oleh rakyat Palestina, tetapi juga menggalang dukungan internasional, mengkoordinasikan berbagai aksi solidaritas, dan mempengaruhi opini publik secara luas. Platform digital ini menjadi alat yang efektif dalam memperkuat solidaritas di kalangan masyarakat Indonesia, yang secara konsisten mendukung hak-hak asasi Palestina serta menyerukan agar dunia internasional lebih peduli terhadap penyelesaian konflik yang telah berlangsung lama ini.⁵⁰

3) Boikot Politik

Boikot politik merupakan penolakan untuk berpartisipasi dalam proses politik, seperti pemilihan umum, atau menolak untuk berurusan dengan pemerintah atau negara tertentu. Tindakan ini sering kali dilakukan sebagai respons terhadap kebijakan atau tindakan yang dianggap tidak adil. Pada aspek politik yang melibatkan agama, aktivis hak asasi manusia, atau pemimpin negara, yang memiliki peran penting dalam mengarahkan masyarakat untuk melakukan tindakan boikot. Hal ini tentunya didasari oleh kekuasaan yang

⁵⁰Ulya and Ayu, "Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial."

dimiliki oleh kalangan elit dalam menjalankan kebijakan tersebut dan pastinya mendapatkan pertentangan berbagai pihak yang dapat memengaruhi partisipasi dalam boikot dimana beberapa kelompok masyarakat menimbulkan pro dan kontra terhadap gerakan tersebut sesuai dengan kepentingan dan pandangan mereka.⁵¹

d. Indikator Keputusan Boikot

Indikator keputusan boikot adalah faktor-faktor yang digunakan untuk menilai apakah suatu boikot perlu dilakukan dan seberapa efektif boikot tersebut dapat dilaksanakan. Berikut adalah penjelasan mengenai beberapa indikator keputusan boikot:

1) Nilai Religiusitas

Secara umum, kesadaran beragama memberikan pengaruh terhadap berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-hari, seperti memberikan salam, saling menghormati, menunjukkan kasih sayang, tolong-menolong antar sesama, menghargai orang lain, bersedekah, membantu orang lain, dan berbagai perbuatan baik lainnya. Nilai religius atau nilai-nilai keagamaan merupakan pandangan yang tersurat maupun tersembunyi dalam ajaran agama, yang memengaruhi perilaku para pemeluknya. Nilai ini bersifat fundamental karena berasal dari Tuhan dan kebenarannya diyakini secara mutlak oleh orang-orang yang memeluk agama tersebut.⁵²

⁵¹Tryana Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, "Analisis Efektivitas Boikot Produk Pro Israel Melalui Perspektif Konsumen," *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020).

⁵²Eko Budi Hartanto, "Penanaman Nilai-Nilai Religiusitas Dalam Generasi Muda Masyarakat Desa Jatirejo Melalui Kegiatan Pendidikan Islam," vol. 3, no. 3 (2023).

2) Pengetahuan Produk

Ujang Suwarman berpendapat bahwa tingkat pengetahuan yang lebih tinggi tentang suatu produk akan meningkatkan kepastian dan keyakinan konsumen dalam membuat keputusan pembelian.⁵³ Pemahaman tentang suatu produk menjadi aspek yang sangat krusial dan wajib disampaikan oleh produsen kepada konsumen sebagai panduan terkait produk yang ditawarkan.⁵⁴ Seluruh kegiatan promosi yang dilakukan oleh pemasar bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada konsumen, khususnya mengenai keunggulan produk yang dimiliki dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.⁵⁵

3) Seruan Agama (Fatwa)

Fatwa adalah pendapat atau keputusan yang disampaikan oleh seorang mufti terkait suatu persoalan, dan juga bisa dimaknai sebagai nasihat dari orang yang berilmu, wejangan, atau ajaran yang baik. Secara umum, fatwa bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih baik dan pengarahan kepada masyarakat, terutama umat Islam, dalam memahami serta menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari mereka.⁵⁶ Fatwa diperlukan untuk menciptakan kestabilan dalam berbagai persoalan, dan umumnya hanya berlaku di wilayah tertentu. Landasan hukum yang digunakan dalam penetapan

⁵³Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia

⁵⁴Ichsani Mutiara and Syahputra, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Kembelian Pada Produk Kecantikan Korea," *Jurnal Indonesia Membangun* vol. 17, no. 2 (2020).

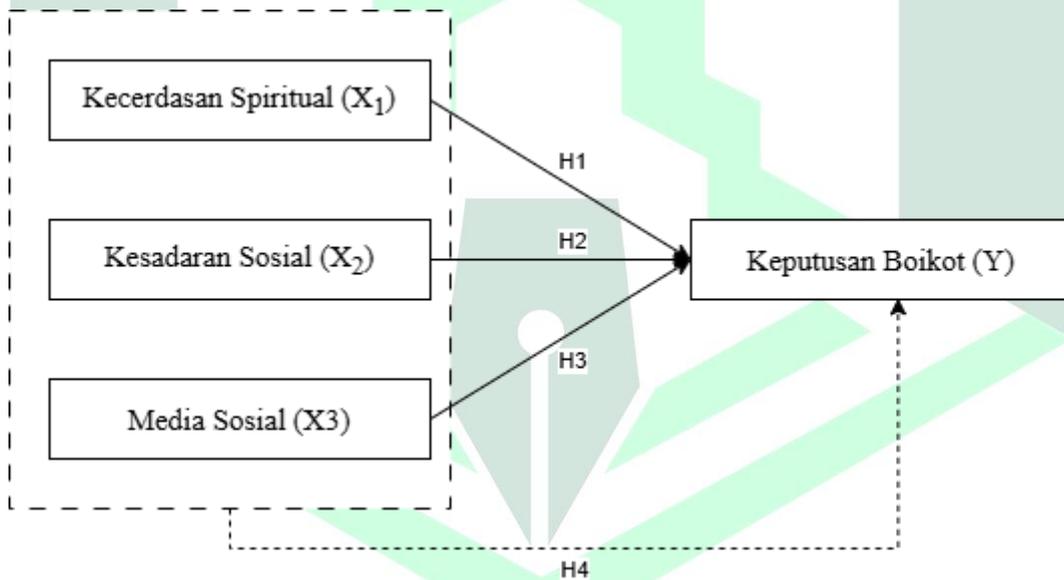
⁵⁵Ogy Irvanto and Sujana Sujana, "Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020).

⁵⁶Popi Adiyes Putra, Sudirman Suparmin, and Tuti Anggraini, "Fatwa (Al-Ifta'); Signifikansi Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam," *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2022).

fatwa meliputi al-Qur'an, Hadis, serta hasil ijtihad melalui ijma' dan qiyas. Pihak yang berwenang mengeluarkan fatwa disebut sebagai mufti. Seorang mufti harus memiliki pemahaman tauhid yang mendalam, ketakwaan kepada Allah, serta sifat kehati-hatian (wara'). Dari segi keilmuan, ia harus menguasai berbagai disiplin ilmu keislaman, termasuk tafsir al-Qur'an, Hadis, ushul fiqih, fiqih, serta bahasa Arab dan cabang-cabangnya, juga memahami pandangan para ulama mazhab klasik.⁵⁷

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model atau ilustrasi yang menunjukkan bagaimana satu variabel berkaitan dengan variabel lainnya.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

⁵⁷Muhammad Maulana Hamzah, "Peran Dan Pengaruh Fatwa Mui Dalam Arus Transformasi Sosial Budaya Di Indonesia," *Millah: Journal of Religious Studies* vol. 17, no. 1 (2018): 127–54, <https://doi.org/10.20885/millah.vol17.iss1.art7>.

D. Hipotesis Penelitian

Gunawan dalam Sigit et al. menjelaskan bahwa hipotesis adalah sebuah asumsi teoritis yang secara empiris dapat diterima atau ditolak.⁵⁸ Sementara itu, menurut Surakhmad dan Dian, hipotesis merupakan suatu kesimpulan awal yang belum terverifikasi, sehingga memerlukan pengujian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya.⁵⁹

1. H₁: Diduga bahwa kecerdasan spiritual memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memboikot produk pro-Israel.
2. H₂: Diduga bahwa kesadaran sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memboikot produk pro-Israel.
3. H₃: Diduga bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memboikot produk pro-Israel.
4. H₄: Kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan media sosial secara simultan diduga berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk memboikot produk pro-Israel.

⁵⁸Sigit Hemawan dan Amirullah “ Metode Penelitian Bisnis” (Malang : Media Nusa Kreatif 2016). hlm 50

⁵⁹Dian Kusuma Wardani,” *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, Dan Asosiatif)*” (2020). hlm 36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif dipilih karena peneliti ingin mengeksplorasi dampak kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan penggunaan media sosial terhadap keputusan untuk memboikot produk yang mendukung Israel. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data dalam jumlah besar, dan bisa mencapai puluhan hingga ribuan partisipan. Hal ini disebabkan oleh cakupan populasi yang luas dalam penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, peneliti mengaplikasikan analisis statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 untuk menguji pertanyaan atau hipotesis yang lebih terperinci.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan akan menjadi lokasi penelitian. Rencana waktu yang ditetapkan peneliti adalah menyelesaikan penelitian dalam waktu dua bulan.

C. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman atau penafsiran yang salah dari pembaca, peneliti terlebih dahulu menjelaskan makna beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator
1.	Kecerdasan Spiritual (X1)	Kecerdasan spiritual adalah kemampuan untuk memahami dan mengelola aspek-aspek spiritual dalam hidup, mencakup kesadaran diri tentang nilai dan perasaan pribadi, rasa keterhubungan dengan lingkungan dan Masyarakat dengan menjunjung tinggi nilai moral serta mampu mengendalikan emosi dengan tenang.	1. Kesadaran diri. 2. Keterhubungan. 3. Nilai Moral. 4. Pengelolaan Emosi. ¹
2.	Kesadaran Sosial (X2)	Kesadaran sosial adalah kemampuan untuk memahami kondisi di sekitarnya dan peduli terhadap masalah yang dialami orang lain. Kesadaran ini tampak dari pemahaman terhadap isu-isu sosial yang terjadi, rasa tanggung jawab untuk ikut memperbaiki keadaan, dan keterlibatan aktif dalam kegiatan komunitas demi kebaikan bersama.	1. Pemahaman terhadap isu sosial. ² 2. Tanggung jawab sosial. ³ 3. Keterlibatan dalam komunitas. ⁴
3.	Media Sosial (X3)	Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dengan mudah, mendorong keterbukaan dalam memulai diskusi, berinteraksi, dan menciptakan percakapan dua arah agar dapat terhubung dalam berbagi dan membuat	1. Partisipasi. 2. Keterbukaan. 3. Percakapan. 4. Saling terhubung. ⁵

¹Wigglesworth, C. "SQ21: *The Twenty-One Skills Of Spiritual Intelligence*". (NewYork: SselectBooks 2012). hlm 54-91

²Galuh Prasetyaningrum, Finda Nurmayanti, and Fallya Azahra, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim)," *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* vol. 3, no. 2 (2022). <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1115>

³Mochammad Abdul Muid Al Choiri and Mochamad Nurhadi, "The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Purchase Intention Through Brand Images as a Variable Mediation in Telkom Product in Surabaya," *Journal of Business & Banking* vol. 8, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1652>.

⁴Rachma Gayatri, "Pengaruh Kepercayaan Dan Efek Komunitas Terhadap Sikap Merek Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian," *Ekonomika*, (2020). <https://eprints.undip.ac.id/39681/1/Gayatri.pdf>.

⁵Antony Mayfield, "What Is Social Media?," (Icrossing, 2008), hlm 1–36, http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf.

	konten seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.	
4. Keputusan Boikot	Keputusan boikot merupakan tindakan yang di ambil oleh individu dalam melakukan konsumsi terhadap <i>affiliate</i> Israel yang dipengaruhi oleh nilai-nilai religiusitas, pengetahuan tentang produk, dan seruan agama atau fatwa yang mendorong tindakan tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Religiusitas.⁶ 2. Pengetahuan produk.⁷ 3. Seruan Agama (Fatwa).⁸

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini masyarakat di Kota Palopo yang telah memboikot produk yang pro terhadap Israel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria rentang usia 19 hingga 35 tahun yang telah memiliki penghasilan sesuai dengan pengelompokan umur BPS (Badan Pusat Statistik) dan beragama Islam. Mengingat besar populasi dan jumlah yang tidak terbatas, untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2 p (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

$z^2 1-\alpha/2$: Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

⁶Eko Budi Hartanto, "Penanaman Nilai-Nilai Religiusitas Dalam Generasi Muda Masyarakat Desa Jatirejo Melalui Kegiatan Pendidikan Islam," vol. 3, no. 3 (2023).

⁷Ichsani Mutiara and Syahputra, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Kembelian Pada Produk Kecantikan Korea," *Jurnal Indonesia Membangun* vol. 17, no. 2 (2020).

⁸Hamzah, "Peran dan Pengaruh Fatwa Mui Dalam Arus Transformasi Sosial Budaya di Indonesia. Muhammad Maulana Hamzah, "Peran Dan Pengaruh Fatwa Mui Dalam Arus Transformasi Sosial Budaya Di Indonesia," *Millah: Journal of Religious Studies* vol. 17, no. 1 (2018). <https://doi.org/10.20885/millah.vol17.iss1.art7>."

p : Proporsi populasi yang tidak diketahui = 50% = 0,5

d : Tingkat kesalahan atau *Sampling error* = 10% = 0,10

Melalui rumus diatas maka jumlah sampel yang akan diambil yaitu:

$$n = \frac{Z^2 1-\alpha/2 p (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,05 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Jumlah sampel yang diperoleh dari rumus di atas adalah 96,04 orang, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang telah memboikot pro-Israel di Kota Palopo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam setiap penelitian, adalah penting untuk memiliki metode pengumpulan data. Ada berbagai alat yang bisa digunakan oleh peneliti.⁹ Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, peneliti memilih kuesioner sebagai cara untuk mengumpulkan data.

⁹Priadana Sidik dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian* (Tangerang: Pascal Books, 2021). hlm 186.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam suatu penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengidentifikasi dan mengukur suatu fenomena yang tengah diteliti. Dalam studi ini, peneliti mengadopsi metode kuesioner tertutup yang memanfaatkan *skala likert* sebagai alat pengumpulan data. Responden diminta untuk memilih di antara berbagai pilihan jawaban yang telah disediakan untuk tiap pertanyaan. Skala Likert adalah alat ukur yang umum digunakan untuk mengevaluasi persepsi, pendapat, dan sikap individu atau kelompok terhadap suatu situasi tertentu. Dengan menggunakan skala ini, peneliti bertujuan untuk memahami perilaku dan pandangan seseorang terhadap fenomena yang sedang diteliti.¹⁰ Total skor dihasilkan dengan menjumlahkan semua skor item yang diperoleh dari responden. Bagian evaluasi terdiri dari daftar pilihan tanggapan mulai dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju".

Berikut pemberian skor dalam *skala likert*:

1. Sangat Setuju (SS) : Skor/bobot 4
2. Setuju (S) : Skor/bobot 3
3. Tidak Setuju (TS) : Skor/bobot 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor/bobot 1

¹⁰Sugiyono "Metode Penelitian Manajemen", (Bandung: Alfabeta CV, 2019), hlm 168.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah langkah penilaian untuk mengetahui seberapa akurat instrumen pengukuran dalam mengukur hal yang seharusnya diukur. Tujuan utama dari validitas adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang diterapkan memenuhi syarat sebagai alat ukur yang sah.¹¹ Tujuan utama dari uji validitas adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan memenuhi kriteria sebagai instrumen pengukuran yang valid. Kuesioner dinyatakan valid jika telah melalui pengujian dan meraih nilai sesuai dengan standar yang berlaku. Untuk melaksanakan uji validitas, nilai R_{hitung} dibandingkan dengan R_{tabel} . Item atau pernyataan dalam alat ukur dianggap valid jika R_{hitung} nya lebih besar daripada R_{tabel} . Apabila instrumen penelitian dinyatakan valid, hal ini menandakan bahwa alat pengukur yang digunakan untuk pengumpulan data juga dapat dianggap sah. Setelah instrumen terbukti valid, maka dapat diterapkan atau dibagikan kepada responden.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengacu pada ukuran yang menunjukkan seberapa konsisten suatu alat ukur dalam menilai fenomena yang serupa. Tujuan dari proses ini adalah untuk menilai sejauh mana setiap item dalam suatu variabel menunjukkan konsistensi saat diuji pada waktu yang berlainan. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai perhitungan α lebih dari 0,60. Instrumen yang dinyatakan reliabel adalah

¹¹Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021). hlm 30.

instrumen yang memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika diukur pada objek yang sama berulang kali.¹²

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji ini biasanya dilakukan untuk menilai keandalan model atau sebagai persyaratan dalam analisis. Uji asumsi klasik mencakup beberapa aspek, seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal. Ketentuan yang berlaku dalam tes ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05, maka hipotesis ditolak, dan hal tersebut menunjukkan data tidak terdistribusi normal.¹³

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel independen dalam suatu model regresi. Sebuah model regresi yang baik seharusnya bebas dari multikolinearitas karena keberadaan multikolinearitas dapat mengakibatkan koefisien korelasi yang tidak stabil, sehingga meningkatkan risiko kesalahan. Dalam penelitian ini, cara untuk

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2017). hlm 222.

¹³Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021). hlm 77.

mendeteksi multikolinearitas adalah dengan memeriksa nilai tolerance yang harus lebih besar atau sama dengan 0,10, dan nilai VIF yang seharusnya kurang dari atau sama dengan 10, menandakan tidak adanya multikolinearitas dalam data yang dianalisis.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Hasil uji harus menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun kriteria penilaian berdasarkan metode *Scatter Plot* yaitu dianggap tidak terjadi heteroskedastisitas apabila hasil uji menampilkan pola yang tidak beraturan ataupun menyebar. Sedangkan apabila hasil uji menampilkan pola yang beraturan, artinya terjadi heteroskedastisitas. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.¹⁴

2. Regresi Linear Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk mengkaji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dikenal sebagai regresi linear berganda. Rumusan persamaan regresi linear berganda yang diterapkan dalam

¹⁴Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020). hlm 141.

penelitian ini adalah sebagai berikut:¹⁵

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Boikot

β_0 = Intersep/ konstanta regresi

β_1 , β_2 dan β_3 = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Kecerdasan Spiritual

X₂ = Kesadaran Sosial

X₃ = Media Sosial

ε = *Disturbance error/ galat*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi secara individual, bertujuan untuk menilai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. H₀: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka variabel terikat dan variabel bebas tidak saling mempengaruhi.
2. H₁: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel terikat dan variabel bebas saling mempengaruhi.¹⁶

¹⁵Suyono, Analisis Regresi Untuk Penelitian (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019). hlm 40.

¹⁶Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen (Yogyakarta: Deepublish, 2020). hlm 139.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan uji F adalah untuk mengetahui apakah variabel terikat dipengaruhi oleh faktor-faktor bebas yang bekerja secara simultan atau tidak. Dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$, di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel, maka angka F hitung disamakan dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% sebagai upaya pembuktian hipotesis.

1. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$, maka variabel X mempengaruhi variabel Y secara simultan.
2. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai $sig > 0,05$, maka variabel X tidak mempengaruhi variabel Y secara simultan.¹⁷

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki kemampuan yang kuat untuk menjelaskan variabel terikat. Dengan kata lain, nilai R^2 menunjukkan seberapa baik model regresi yang dibangun untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel yang diteliti. Ini bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi menandakan

¹⁷Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, “Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen” (Yogyakarta: Deepublish, 2020). hlm 141.

semakin baik kemampuan variabel independen. Artinya nilai koefisien determinasi dapat menunjukkan seberapa baik model regresi yang digunakan.¹⁸



¹⁸Sahir, Syafrida Hafni. “*Metodologi Penelitian.*” (Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021). hlm 53.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian (Kota Palopo)

Kota Palopo terletak pada koordinat geografis antara 2° 53' 15" hingga 3° 0' 04" Lintang Selatan dan 120° 03' 10" hingga 120° 14' 34" Bujur Timur. Kota ini awalnya berperan sebagai kota administratif dan merupakan ibu kota dari Kabupaten Luwu sebelum akhirnya memperoleh status otonomi. Lokasinya yang strategis di sepanjang Jalur Trans Sulawesi menjadikannya titik temu penting bagi arus barang dan jasa di kawasan timur Indonesia. Didukung oleh ketersediaan infrastruktur yang memadai serta kondisi geografis yang menunjang, Palopo berkembang pesat menjadi pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan regional. Fungsinya tidak hanya terbatas pada wilayah administratifnya sendiri, tetapi juga meluas ke wilayah sekitar, yakni Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Tana Toraja, dan Kabupaten Wajo. Peran strategis ini berkontribusi besar dalam mendorong transformasi Palopo menjadi kota yang mandiri secara administratif dan ekonomi melalui peningkatan statusnya menjadi daerah otonom.

Sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW), Kota Palopo memiliki fokus utama dalam penyediaan layanan yang mendukung sektor pertanian dan pengolahan hasil pertanian. Kota ini dikenal sebagai salah satu lumbung pangan nasional yang berperan penting dalam produksi dan distribusi bahan pangan di wilayah Sulawesi Selatan. Terletak di posisi strategis, Kota Palopo berbatasan langsung dengan Kabupaten Toraja Utara dan Teluk Bone di sebelah timur, Kabupaten Luwu di Sulawesi selatan, serta Kabupaten Luwu Utara di utara. Wilayah administrasi Kota

Palopo terbagi menjadi sembilan kecamatan yaitu Wara Selatan, Wara Timur, Bara, Sendana, Mungkajang, Telluwanua, Wara, Wara Utara, dan Wara Barat. Secara geografis, sebagian besar wilayah Kota Palopo berupa dataran rendah yang terletak di sepanjang pesisir pantai, yang memberikan keuntungan dalam pengembangan sektor perikanan dan perdagangan. Posisi ini juga menjadikan kota ini sebagai titik strategis dalam jalur distribusi barang dan jasa, memperkuat perannya sebagai pusat ekonomi di kawasan tersebut. Sekitar 62,85% dari keseluruhan area kota ini memiliki ketinggian antara 0-500 meter di atas permukaan laut, 24,76% pada ketinggian 501 hingga 1000 meter, dan sisa 12,39% lebih dari 1000 meter. Iklim di Kota Palopo adalah tropis basah, dengan curah hujan di rentang 500 hingga 1000 mm per tahun, namun daerah hulu sungai yang ada di dataran tinggi mengalami curah hujan antara 1000 hingga 2000 mm per tahun. Suhu rata-rata udara berkisar antara 25,5 hingga 29,7 derajat Celsius.

Kota Palopo memiliki luas wilayah 247,5 kilometer persegi dan pada tahun 2016 dihuni oleh 172.916 jiwa, terbagi atas 84.192 jiwa laki-laki dan 88.724 jiwa perempuan. Kepadatan penduduknya mencapai 698 jiwa per km², dengan Kecamatan Wara menempati posisi kepadatan tertinggi, yaitu 3.256 jiwa/km². Sedangkan Kecamatan Mungkajang memiliki kepadatan terendah, yakni 144 jiwa/km². Sekitar 67,2% dari penduduk Kota Palopo berada dalam kelompok usia produktif, dan terdapat rasio ketergantungan di kota ini adalah 48,81%.¹

¹Wina, "Laporan Perencanaan Dan Proyeksi Kebutuhan Fasilitas Umum Kabupaten/Kota Palopo," 2023, <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/tsvyz>.

2. Visi – Misi Kota Palopo

a. Visi Kota Palopo

Maju, Tangguh, dan Berkelanjutan

b. Misi Kota Palopo

- 1) Mewujudkan pendidikan, kesehatan, dan perlindungan masyarakat yang adaptif dan inklusif.
- 2) Mewujudkan perekonomian daerah yang berdaya saing, bermutu, dan berdaya cipta.
- 3) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang terpadu, luwes, dan profesional.
- 4) Menyadari pengaruh kenyamanan dan ketertiban umum daerah terhadap stabilitas ekonomi daerah.
- 5) Mewujudkan masyarakat yang berbudaya, toleran, egaliter, dan inklusif.
- 6) Mewujudkan ekosistem dan habitat yang tangguh terhadap dampak perubahan iklim dan sesuai dengan daya dukungnya.
- 7) Mewujudkan pembangunan daerah yang berkelanjutan, adil, dan merata dalam hal ekonomi, sosial, komunitas, dan lingkungan.
- 8) Mewujudkan terciptanya infrastruktur daerah yang bermutu dan berdaya saing.
- 9) Memahami pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, dan inovasi dalam setiap aspek pembangunan.²

²Bappeda Kota Palopo, “Konsultasi Publik Rancangan Awal Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kota Palopo,” 2025.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik yang dijadikan fokus analisis dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Palopo yang memiliki pendapatan dan telah melakukan boikot terhadap produk-produk yang mendukung Israel. Berdasarkan survei kepada 100 responden dengan penggunaan kuesioner (angket), diperoleh gambaran mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	51	51%
Laki-laki	49	49%
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Distribusi jenis kelamin responden dalam penelitian ini tercermin dalam tabel persentase yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, dengan jumlah sebanyak 51 orang atau setara dengan 51% dari total populasi responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 49 orang atau 49%. Meskipun terdapat perbedaan jumlah, selisihnya sangat kecil, sehingga distribusi dapat dikatakan relatif seimbang. Temuan ini mencerminkan bahwa partisipasi dalam penelitian tidak didominasi oleh salah satu jenis kelamin, melainkan melibatkan kontribusi yang hampir merata antara laki-laki dan perempuan, yang pada gilirannya dapat memperkaya perspektif data yang diperoleh.

2. Karakteristik Rentang Usia

Karakteristik responden berdasarkan Rentang Usia dibawah ini:

Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Rentang Usia

Rentang Usia	Jumlah	Presentase
19-21	19	19%
22-25	42	42%
26-29	10	10%
30-35	29	29%
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Dari tabel persentase di atas, terlihat bahwa responden berusia 19-21 tahun sebanyak 19 orang atau 19%. Sebanyak 42 responden atau 42% berusia antara 22-25 tahun. Sebanyak 10 responden atau 10% dari total berusia antara 26-29 tahun. Kemudian, sebanyak 29 tanggapan atau 29% dari total berusia 30-35 tahun. Dengan demikian, terlihat bahwa mayoritas responden (42%) berusia antara 22-25 tahun, yang dianggap sebagai kelompok usia Gen Z.

3. Karakteristik Status Pekerjaan

Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Karyawan Swasta	39	39%
Wiraswasta	18	18%
Pegawai Negeri	19	19%
Lainnya	24	24%
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah pada tahun 2025)*

Dari tabel persentase di atas, terlihat bahwa 39 orang atau 39% dari total tenaga kerja dalam penelitian ini adalah karyawan swasta. Wiraswasta berjumlah 18 orang atau (18%). 19 orang atau (19%) adalah pegawai negeri sipil. Kemudian

status pekerjaan lainnya terdiri dari 24 orang, atau (24%). Oleh karena itu, jelas bahwa mayoritas responden dalam survei ini bekerja sebagai karyawan swasta.

4. Karakteristik Tingkat Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SD	-	-
SMP/Sederajat	2	2%
SMA/Sederajat	31	31%
Diploma	6	6%
Sarjana (S1)	61	61%
Pasca Sarjana (S2)	-	-
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Berdasarkan tabel persentase di atas, dapat dilihat bahwa tidak ada responden yang memiliki pendidikan terakhir setingkat SD. Untuk tingkat SMP, terdapat 2 orang (2%) yang menyelesaikan pendidikan tersebut. Pada tingkat SMA, terdapat 31 orang (31%). Untuk pendidikan diploma, tercatat 6 orang (6%). Sementara itu, responden yang memiliki gelar sarjana berjumlah 61 orang (61%), yang merupakan kelompok terbesar. Terakhir, tidak ada responden yang memiliki pendidikan pasca sarjana. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan sarjana.

5. Karakteristik Pendapatan Perbulan

Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Presentase
0-1.000.000	27	27%
2.000-000-3.000.000	38	38%
4.000.000-5.000.000	29	29%
6.000.000-7.000.000	3	3%
7.000.000- Keatas	3	3%
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Dari tabel persentase yang ada, dapat dilihat bahwa dari total pendapatan bulanan, terdapat 27 responden atau 27% yang memiliki pendapatan antara 0-1.000.000. Sebanyak 38 responden atau 38% memiliki pendapatan antara 2.000.000-3.000.000, yang merupakan kelompok terbanyak. Kemudian, 29 responden atau 29% berpendapatan antara 4.000.000-5.000.000. Sementara itu, hanya ada 3 responden atau 3% yang memiliki pendapatan antara 6.000.000-7.000.000, jumlah yang sama juga berlaku untuk mereka yang berpendapatan lebih dari 7.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan dalam kategori menengah, yaitu antara 2.000.000-3.000.000.

6. Karakteristik Media Sosial yang sering digunakan

Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Media Sosial yang sering digunakan

Media Sosial yang sering digunakan	Jumlah	Presentase
Instagram	45	45%
Facebook	20	20%
TikTok	10	10%
WhatsApp	25	25%
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Tabel persentase menggambarkan karakteristik media sosial yang digunakan oleh responden. Mayoritas responden, sebanyak 45 orang atau 45%, memilih Instagram sebagai platform utama mereka. Sementara itu, 20 orang atau 20% responden menggunakan Facebook, 10 orang atau 10% menggunakan TikTok, dan 25 orang atau 25% memilih WhatsApp. Hal ini mengindikasikan bahwa Instagram adalah platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden.

7. Karakteristik yang telah Telah memboikot produk Pro-Israel

Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Telah memboikot produk Pro-Israel

Memboikot produk Pro-Israel	Jumlah	Presentase
Ya	100	100%
Tidak	-	-
Total	100	100%

Sumber: *Hasil Kuesioner (Data diolah tahun 2025)*

Jelas dari tabel persentase di atas bahwa setiap peserta dalam penelitian ini—100 orang, atau 100% telah memboikot produk pro-Israel. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peserta penelitian telah memboikot barang-barang pro-Israel.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai keabsahan kuesioner. Uji ini memungkinkan kita untuk mengetahui apa yang sebenarnya diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} , kita dapat mengevaluasi validitasnya. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dianggap valid, dengan catatan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 pada r_{tabel} .

Tabel 4. 8 Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kecerdasan Spiritual (X1)	X1.1	0,783	0,3610	Valid
	X1.2	0,791	0,3610	Valid
	X1.3	0,765	0,3610	Valid
	X1.4	0,781	0,3610	Valid
	X1.5	0,753	0,3610	Valid
	X1.6	0,834	0,3610	Valid
	X1.7	0,856	0,3610	Valid
	X1.8	0,751	0,3610	Valid
	X1.9	0,835	0,3610	Valid
	X1.10	0,805	0,3610	Valid
Kesadaran Sosial (X2)	X2.1	0,701	0,3610	Valid
	X2.2	0,757	0,3610	Valid
	X2.3	0,799	0,3610	Valid
	X2.4	0,761	0,3610	Valid
	X2.5	0,783	0,3610	Valid
	X2.6	0,820	0,3610	Valid
	X2.7	0,680	0,3610	Valid
	X2.8	0,666	0,3610	Valid
	X2.9	0,733	0,3610	Valid
Media Sosial (X3)	X3.1	0,866	0,3610	Valid
	X3.2	0,862	0,3610	Valid
	X3.3	0,806	0,3610	Valid
	X3.4	0,796	0,3610	Valid
	X3.5	0,697	0,3610	Valid
	X3.6	0,603	0,3610	Valid
	X3.7	0,919	0,3610	Valid
	X3.8	0,767	0,3610	Valid
	X3.9	0,881	0,3610	Valid
Keputusan Boikot (Y)	Y1.1	0,817	0,3610	Valid
	Y1.2	0,893	0,3610	Valid
	Y1.3	0,892	0,3610	Valid
	Y1.4	0,715	0,3610	Valid
	Y1.5	0,834	0,3610	Valid
	Y1.6	0,848	0,3610	Valid
	Y1.7	0,925	0,3610	Valid
	Y1.8	0,876	0,3610	Valid
	Y1.9	0,867	0,3610	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat disimpulkan setiap item pernyataan dari keempat variabel, yaitu Kecerdasan Spiritual (X1), Kesadaran Sosial (X2),

Media Sosial (X3), dan Keputusan Boikot (Y), telah memenuhi ambang batas yang ditetapkan. Hasil validasi uji individu untuk masing-masing variabel menunjukkan setiap *item* pernyataan pada keempat variabel tersebut valid, yang ditandai dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,3610 pada r_{tabel} . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item-item kuesioner yang digunakan untuk mengukur semua variabel tersebut valid dan dapat diterima.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran menghasilkan hasil yang konsisten. Untuk menilai reliabilitas suatu instrumen, dapat dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Berikut ini adalah hasil uji menggunakan program SPSS:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Minimal Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kecerdasan Spiritual (X1)	0,60	0,781	Reliabel
Kesadaran Sosial (X2)	0,60	0,778	Reliabel
Media Sosial (X3)	0,60	0,785	Reliabel
Keputusan Boikot (Y)	0,60	0,791	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai *Cronbach'a alpha* T Kecerdasan Spiritual (X1), Kesadaran Sosial (X2), Media Sosial (X3) dan Keputusan Boikot (Y). Lebih besar dari 0,60, maka dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut kriteria evaluasi dalam *Kolmogorov Smirnov*, nilai signifikansi > 0,05 menunjukkan bahwa model regresi tidak bias dan hasil uji data dianggap terdistribusi secara teratur.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,66815315
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.057
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Menurut tabel di atas, menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai tingkat signifikansi 0,05, atau $0,200 > 0,05$, dan nilai signifikansi, atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*, adalah 0,200. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa data terdistribusi normal dan cocok untuk digunakan dalam uji lainnya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memastikan apakah variabel independen berkorelasi, atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen, karena adanya korelasi tersebut dapat mengurangi keandalan hasil uji signifikansi. Pengukuran

multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*), yang akan disajikan lebih lanjut sebagai berikut. Berikut adalah hasil dari pengujian tersebut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,406	3,062		,786	,434		
	Kecerdasan Spiritual	,209	,087	,233	2,392	,019	,561	1,782
	Kesadaran Sosial	,401	,112	,324	3,570	,001	,643	1,554
	Media Sosial	,297	,099	,279	2,996	,003	,609	1,643

a. Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil pengujian multikolinearitas yang ditampilkan dalam tabel menunjukkan bahwa ketiga variabel independen dalam model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas. Variabel Kecerdasan Spiritual (X1) memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,782, < 10 , serta nilai *Tolerance* sebesar 0,561, $> 0,1$. Demikian pula, variabel Kesadaran Sosial (X2) menunjukkan nilai VIF sebesar 1,554 dan nilai *Tolerance* sebesar 0,643, yang keduanya juga berada dalam rentang yang menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Sementara itu, variabel Media Sosial (X3) mencatatkan nilai VIF sebesar 1,643 dan *Tolerance* sebesar 0,609, yang keduanya menunjukkan hasil yang serupa.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah ada perbedaan varians pada residual antara variasi observasi. Pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada nilai signifikansi (probabilitas), dengan kriteria sebagai berikut:

3. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas > 0.05 , maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas
4. Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas 0.05 , maka terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4.12 grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.709	.886		1.930	.057
	Kecerdasan Spiritual	-.017	.025	-.088	-.657	.513
	Kesadaran Sosial	-.036	.033	-.137	-1.092	.277
	Media Sosial	-.038	.029	.170	1.317	.191

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil pengolahan data bersifat heteroskedastisitas Glejser yaitu diperoleh nilai khususnya, nilai sig. untuk variabel Kecerdasan Spiritual ($0,513 > 0,05$), Kesadaran Sosial ($0,277 > 0,05$), dan Media Sosial ($0,191 > 0,05$) menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memastikan dampak Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial terhadap Keputusan Boikot. Variabel dependennya adalah Keputusan Boikot (Y), sedangkan variabel independennya adalah Kecerdasan Spiritual (X1), Kesadaran Sosial (X2), dan Media Sosial (X3). Pengujian regresi dilakukan sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	2,406	3,062		,786	,434
	Kecerdasan Spiritual	,209	,087	,233	2,392	,019
	Kesadaran Sosial	,401	,112	,324	3,570	,001
	Mdia Sosial	,299	,099	,281	3,012	,003

Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Persamaan Regresi Linear Berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 2,406 + 0,209X_1 + 0,401X_2 + 0,299X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan diatas, disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta (β_0) sebesar 2,406 menunjukkan bahwa apabila variabel Kecerdasan Spiritual (X_1), Kesadaran Sosial (X_2), dan Media Sosial (X_3) berada pada nilai nol, maka variabel Keputusan Boikot (Y) tetap berada pada angka 2,406, yang berarti tidak mengalami perubahan.

- b. Koefisien regresi untuk variabel Kecerdasan Spiritual (β_1) bernilai 0,209. Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel Kecerdasan Spiritual akan berkontribusi terhadap peningkatan Keputusan Boikot sebesar 0,209.
- c. Koefisien regresi pada variabel Kesadaran Sosial (β_2) adalah 0,401, yang berarti bahwa peningkatan 1 satuan pada Kesadaran Sosial akan meningkatkan nilai Keputusan Boikot sebesar 0,401.
- d. Koefisien regresi untuk variabel Media Sosial (β_3) sebesar 0,299 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam intensitas penggunaan Media Sosial akan berdampak pada peningkatan Keputusan Boikot sebesar 0,299.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana masing-masing variabel independen memberikan kontribusi secara individual terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Melalui pengujian ini, keputusan diambil berdasarkan dua indikator utama, yaitu nilai signifikansi (Sig.) dan nilai t_{hitung} . Jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu, apabila nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} yang telah ditentukan, maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Dengan demikian, hasil uji t memberikan landasan empiris untuk mengidentifikasi variabel-variabel mana saja yang secara signifikan memengaruhi variabel terikat, sehingga dapat memperkuat keandalan model regresi dalam menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

Tabel 4. 14 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		t	Sig.	Beta
1	(Constant)	2,406	3,062	
		,786	,434	,087
		2,392	,019	,112
		3,570	,001	,099

Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

$$t \text{ tabel} = (a/2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

a = nilai signifikan atau tingkat kepercayaan (0,05)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

t tabel = $(0,05/2 ; 100-3-1)$

= 0,025;96

= 1,984

Berdasarkan hasil pengujian melalui uji t, variabel Kecerdasan Spiritual (X1) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Boikot (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 2,392, > t_{tabel} 1,984, serta nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis

pertama (H1) dinyatakan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang memiliki tingkat kecerdasan spiritual tinggi yang tercermin dari kedalaman makna hidup, kesadaran etis, dan komitmen terhadap nilai-nilai kemanusiaan yang sesuai dengan ajaran agama yang diyakini, dan lebih cenderung mengambil keputusan untuk berpartisipasi dalam aksi boikot terhadap produk yang dianggap tidak sejalan dengan prinsip keyakinan mereka.

Selanjutnya, variabel Kesadaran Sosial (X2) juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot. Hal ini dibuktikan melalui nilai t_{hitung} sebesar 3,570, $> t_{tabel}$ 1,984, dengan nilai signifikansi yang sangat rendah, yakni $0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kesadaran sosial seseorang yang mencakup empati terhadap kondisi sosial, keterlibatan dalam isu-isu kemanusiaan, dan kepedulian terhadap keadilan global, semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk mengambil keputusan mendukung gerakan boikot sebagai bentuk solidaritas sosial.

Terakhir, Media Sosial (X3) juga memberikan dampak besar terhadap Keputusan Boikot (Y). Nilai t_{hitung} untuk variabel Media Sosial tercatat sebesar 3,012, $> t_{tabel}$ 1,984, dengan nilai signifikansi 0,003, $< 0,05$. Ini berarti H3 diterima. Dengan kata lain, Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan sebagai metode statistik untuk menilai apakah seluruh variabel independen dalam suatu model regresi secara kolektif memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini, apabila nilai F_{hitung} melebihi nilai F_{tabel} , maka hipotesis nol (H_0) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh simultan ditolak, dan hipotesis alternatif diterima. Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi dari semua variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi yang bermakna terhadap perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen, sehingga model regresi yang digunakan dinilai valid dan layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Tabel 4.15 Hasil Uji f Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	680.857	3	226.952	30.823	.000 ^b
	Residual	706.853	96	7.363		
	Total	1387.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Boikot

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kesadaran Sosial, Kecerdasan Spiritual

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

$$F_{tabel} = (k ; n-k-1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

$$F_{tabel} = (3 ; 100-3-1)$$

$$= 3 ; 96$$

$$= 2,699$$

Berdasarkan hasil pada tabel, model regresi menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $30,823 > F_{tabel} 2,699$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menyimpulkan bahwa H_4 diterima, yang berarti Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Boikot produk pro-Israel (Y).

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi pada variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai koefisien determinasi ini ditunjukkan oleh angka *R Square*, yang dapat dilihat pada hasil perhitungan berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.491	.475	2.713

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kesadaran sosial, kecerdasan Spiritual
 Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Berdasarkan tabel yang disajikan, uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,491 atau 49,1%. Ini berarti bahwa variabel Kecerdasan Spiritual (X1), Kesadaran Sosial (X2), dan Media Sosial (X3) memberikan pengaruh terhadap Keputusan Boikot (Y) sebesar 49,1%. Sementara itu, sisanya sebesar 50,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

C. Pembahasan

Penelitian ini menguraikan topik bagaimana pengaruh kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan media sosial terhadap Keputusan boikot produk pro-Israel. 100 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, yang menggunakan survei online untuk mengumpulkan data. Secara khusus, URL, Google Formulir dibagikan kepada masyarakat Kota Palopo yang telah melakukan boikot terhadap produk yang pro-Israel. Untuk memudahkan pengolahan data penelitian, aplikasi SPSS versi 26 digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Uji t dan f yang digunakan

dalam menguji hipotesis antara variabel independent serta dependen di penelitian ini, sehingga menghasilkan temuan yang meliputi:

1. Pengaruh Kecerdasan Spiritual terhadap Keputusan Boikot produk pro-Israel

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa Kecerdasan Spiritual (X1) yang memiliki nilai $t_{hitung} 2,392 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$, maka H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kecerdasan Spiritual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot.

Temuan dalam penelitian ini konsisten dengan hasil studi sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi Rahmayanti yang berjudul "*The Effect of Internal Locus of Control and Spiritual Intelligence on Personal Financial Management Behavior.*" Dalam studi tersebut, diketahui bahwa *Spiritual Intelligence* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *Financial Management Behavior* dengan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek spiritual dalam diri individu seperti kesadaran akan makna hidup, nilai-nilai etis, serta dorongan untuk bertindak sesuai dengan prinsip moral, mampu memengaruhi cara individu membuat keputusan, termasuk dalam konteks keuangan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, hasil tersebut memperkuat bukti bahwa Kecerdasan Spiritual juga dapat menjadi landasan penting dalam proses pengambilan keputusan moral, seperti keputusan untuk melakukan boikot terhadap produk-produk yang bertentangan dengan nilai dan keyakinan spiritual seseorang. Dengan demikian, pengaruh kecerdasan Spiritual terhadap Keputusan Boikot dapat dipahami sebagai bagian dari upaya individu untuk menjaga integritas moral dalam tindakan sosialnya. Penelitian ini mendukung pemahaman bahwa kecerdasan

spiritual merupakan aspek jiwa atau kebijaksanaan yang memberikan dasar untuk membentuk nilai, makna, dan tujuan hidup. Hal ini mencerminkan kemampuan seseorang untuk tumbuh secara holistik, berkaitan dengan kesadaran diri dan kesiapan menghadapi berbagai tantangan, serta kemampuan untuk menyelesaikan masalah berdasarkan ajaran agama yang dianut.³ Dengan kecerdasan spiritual, seseorang dapat lebih memahami dirinya dan lingkungannya, serta mengaitkan pengalaman hidup dengan prinsip-prinsip yang lebih tinggi. Hal ini mendukung pengambilan keputusan yang lebih bijaksana dan memberikan arah dalam hidup.

Penelitian ini juga didukung oleh teori (*Theory of faith development*) yang menyatakan bahwa kemampuan untuk menemukan makna dalam hidup sangat penting.⁴ Teori ini menekankan bagaimana individu dapat secara bijaksana menerapkan prinsip-prinsip tersebut untuk membentuk sikap dan perilaku mereka.⁵ Oleh karena itu, ada validitas yang kuat dalam argumen bahwa jika individu menganggap tindakan mereka tidak konsisten dengan harapan diri mereka sendiri, maka mereka mungkin memilih untuk tidak membeli produk tersebut.

2. Pengaruh Kesadaran Sosial terhadap Keputusan Boikot produk pro-Israel

Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kesadaran Sosial (X2) memiliki nilai thitung sebesar 3,570, > 1,984. Selain itu, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,001, < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut,

³Dewi Rahmayanti, "The Effect of Internal Locus of Control and Spiritual Intelligence on Personal Financial Management Behavior," *Integrated Journal of Business and Economics* vol. 7, no. 1 (2023). <https://ojs.ijbe-research.com/index.php/IJBE/article/view/596>

⁴ Curtis W. Hart, "Faith Development Theory," *Encyclopedia of Psychology and Religion*, (2020), https://doi.org/10.1007/978-3-030-24348-7_229.

⁵Azreen Jihan Mohd Hashim, "The Influence Of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence, And Accounting Literacy On Attitude Toward Purchasing Halal Products And Intention To Purchase Among Generation Alpha," *Jurnal Nusantara Studies* vol. 8, no. 2 (2023). 10.24200/jonus.vol8iss2pp73-94

hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Sosial memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sri Wahyuni, et al. dalam studi berjudul "Pengaruh Faktor Sosial dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Kisaran." Penelitian tersebut mencatat nilai signifikansi sebesar $0,000, < 0,05$ yang menandakan adanya hubungan yang kuat antara faktor sosial dan keputusan untuk melakukan boikot. Faktor sosial yang dimaksud meliputi pola interaksi formal maupun informal dalam lingkungan sosial yang cenderung stabil, di mana para anggotanya memiliki kesamaan tujuan dan aspirasi dalam mendorong perubahan sosial melalui tindakan kolektif, seperti aksi boikot.⁶ Artinya, jika kita lebih menyadari lingkungan sosial kita, maka bisa mempengaruhi pilihan produk yang mendukung kebijakan tertentu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori interaksi simbolik yang dimana dalam teori tersebut menyatakan bahwa Kesadaran sosial seringkali dihubungkan dengan keterampilan sosial seperti komunikasi efektif, mendengarkan secara aktif, dan kemampuan untuk menyelesaikan konflik secara damai.⁷ Oleh sebab itu, individu akan menyesuaikan cara mereka berpartisipasi untuk dianggap tepat, yang

⁶Sri Wahyuni "Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran," *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* vol. 5 no. 1 (2024). <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikraj/article/view/5616>

⁷Prof. Dr. Agus Suryono, *Teori Dan Strategi Perubahan Sosial* Prof. Dr. Agus Suryono, "Teori Dan Strategi Perubahan Sosial", (Jakarta: Bumi Aksara, Januari 2020). Hlm 48.

dapat berdampak pada penilaian orang lain dalam konteks sosial. Dengan demikian, individu akan mengubah perilaku dan tindakan agar sesuai dengan harapan atau norma masyarakat yang berlaku. Penyesuaian ini dilakukan tidak hanya untuk memperoleh penerimaan, tetapi juga perlahan membentuk citra diri yang ingin ditampilkan di depan orang lain. Dengan demikian, berpartisipasi dalam suatu tindakan, seperti boikot, menjadi cara untuk memperkuat identitas sosial dan mendapatkan pengakuan dari orang di sekitar.

3. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Boikot produk pro-Israel

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini, variabel Media Sosial (X_3) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 3,012, yang lebih tinggi dari nilai t_{tabel} sebesar 1,984, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 yang berada di bawah ambang batas 0,05. Temuan ini menjadi dasar diterimanya hipotesis ketiga (H_3), yang menyatakan bahwa Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot.

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari penelitian sebelumnya, termasuk studi yang dilakukan oleh Haris Herdiansyah, *et al.* yang berjudul “Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk McDonald's Pasca Boikot.” Penelitian tersebut menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ yang menegaskan bahwa variabel Media Sosial berkontribusi terhadap keputusan konsumen dalam membeli atau tidak membeli produk McDonald's setelah isu boikot mencuat. Kesamaan hasil ini memperkuat validitas temuan dan menunjukkan konsistensi pengaruh media sosial dalam

membentuk sikap konsumen terhadap kampanye boikot.⁸ Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa informasi, opini, atau kampanye yang disebarakan melalui media sosial dapat memengaruhi pandangan konsumen, yang pada akhirnya mengarahkan mereka untuk memutuskan membeli atau tidak membeli produk tersebut.

Temuan ini juga sejalan dengan *Social Media Influence Theory* yang menyatakan bahwa pengaruh media sosial dapat mengubah atau memperkuat norma dan perilaku, termasuk keputusan untuk melakukan boikot. Dengan kemampuan untuk menghasilkan dan berbagi konten, individu di media sosial memainkan peran penting dalam membentuk wacana publik serta identitas kolektif.⁹ Infrastruktur dan nilai-nilai yang mendasari media sosial memfasilitasi penyebaran informasi, memungkinkan gerakan boikot untuk berkembang dan mendapatkan dukungan luas. Secara keseluruhan, media sosial berfungsi sebagai alat yang efektif dalam mobilisasi masyarakat terhadap isu-isu tertentu.

4. Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial dan Media sosial terhadap Keputusan Boikot produk pro-Israel

Berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini, model regresi menunjukkan nilai Fhitung sebesar 30,823, > Ftabel 2,699, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk menerima hipotesis keempat (H4), yang menyatakan bahwa variabel Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan

⁸Herdiansyah, Muhamad Alrafi Jatmiko, "Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot." *Jurnal Komunikasi* vol 4 no. 1 (2024). <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>

⁹Joseph Edhie Rachmad, "*Social Media Influence Theory*," (Phoenix Cactus Book Publishing, 2024).

Media Sosial secara simultan signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan boikot terhadap produk-produk yang terasosiasi dengan Israel.

Di sisi lain, hasil dari analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square mencapai 0,491 atau setara dengan 49,1%. Angka ini mengindikasikan bahwa gabungan ketiga variabel independent Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial menjelaskan hampir setengah dari variabilitas dalam keputusan konsumen untuk melakukan boikot. Sementara itu, sisanya sebesar 50,9% diperkirakan berasal dari berbagai faktor lain yang berada di luar ruang lingkup penelitian ini dan belum diidentifikasi secara spesifik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan intensitas keterlibatan individu dalam media sosial, semakin besar kemungkinan individu itu untuk memutuskan melakukan boikot. Keputusan boikot yang diambil oleh masyarakat secara signifikan dipengaruhi oleh sinergi antara dorongan moral internal, sensitivitas terhadap kondisi sosial di sekitarnya, serta informasi yang diperoleh melalui media sosial. Ketiga faktor ini saling mendukung dan memperkuat satu sama lain, sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi akan mempengaruhi niat perilaku individu untuk melakukan suatu tindakan seseorang atau individu.¹⁰ Sehingga dengan tingkat kecerdasan spiritual, kesadaran sosial, dan keterlibatan media sosial yang tinggi lebih berpotensi untuk berpartisipasi dalam tindakan boikot.

¹⁰Ajzen, I. "From intentions to actions: A theory of planned behavior." In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 1 1-39). Heidelberg: Springer. (1985).

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil olah data yang telah dilakukan, maka kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kecerdasan Spiritual (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot (Y) Produk Pro-Israel.
2. Kesadaran Sosial (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot(Y) Produk Pro-Israel.
3. Media Sosial (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Boikot(Y) Produk Pro-Israel.
4. Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, dan Media Sosial, berpengaruh secara simultan signifikan terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel.

B. Saran

1. Disarankan kepada seluruh masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya keputusan dalam memboikot produk-produk yang mendukung Israel. Tindakan boikot ini merupakan bentuk kepedulian terhadap isu-isu kemanusiaan yang lebih luas. Selain itu, langkah ini selaras dengan nilai-nilai dalam ajaran Islam yang menekankan pentingnya persatuan dan solidaritas antar sesama umat.
2. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi atau dasar untuk penelitian selanjutnya, baik untuk pengembangan lebih lanjut maupun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan terhadap pendekatan yang digunakan. Dalam penelitian lanjutan, disarankan agar peneliti selanjutnya menggunakan sampel

yang lebih banyak agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya fokus pada satu agama saja, dalam menentukan kriteria keputusan boikot, tetapi juga melibatkan berbagai agama agar penilaian lebih menyeluruh dan adil.



DAFTAR PUSTAKA

- A, Afreiza Octaguna, Ayesha Inaya Putri, Kent Matthew, and Herrenaw Universitas. "Pengaruh Aksi Boikot Mcdonald's Akibat Genosida Israel Di Palestina Terhadap Masyarakat Indonesia Dalam Nilai Pancasila." *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral* 2, no. 1 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>.
- Abute, Erniwati La. "Konsep Kesadaran Sosial Dalaam Penelitian." *Jurnal Pendidikan Glasser* 3, no. 2 (2019): 186–95.
- Adiyes Putra, Popi, Sudirman Suparmin, and Tuti Anggraini. "Fatwa (Al-Ifta'); Signifikansi Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam." *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2022): 27–38. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v19i1.394>.
- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009).
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Action-control: From cognition to behavior* (pp. 1 1-39). Heidelberg: Springer.
- Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBS SPSS* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2019), 31.
- Almubarak. "Kontribusi Dampak Social Awareness Terhadap Group Performance Melalui Pembelajaran Kimia: Quantitatif Approach." *Terindeks Di SINTA, IPI Portal Garuda* 8, no. 2 (2020): 1–11.
- Alwi, Muh., and Nurafifah Nurafifah. "Praktek Jual Beli Batu Sungai Dalam Tinjaua N Hukum Islam Di Lingkungan Jambu Tua Kelrahan Darma Kecamatan Poewali." *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam* 5, no. 1 (2020): 30. <https://doi.org/10.35329/jalif.v5i1.1785>.
- Andriyani, Wiwik Dyah, Dianti Yuniar, Annisa Shivia Fauziyah, and Titin Karlina. "Pengembangan Kecerdasan Intelektual, Emosional Dan Spiritual." *Jurnal Pendidikan Indonesia : Teori, Penelitian, Dan Inovasi* 2, no. 4 (2022): 31–42. <https://doi.org/10.59818/jpi.v2i4.225>.
- Anisah, Siti. "Pengaturan Dan Penegakan Hukum Pemboikotan Dalam Antitrust Law Amerika Serikat." *Jurnal Media Hukum* 22, no. 2 (2020). <https://doi.org/10.18196/jmh.2015.0054.173-189>.
- Anjeli, Dhea, Sri Tita Faulina, and Abdulloh Fakih. "Sistem Informasi Perpustakaan

Sekolah Dasar Negeri 49 OKU Menggunakan Embarcadero XE2 Berbasis Client Server.” *Jurnal Informatika Dan Komputer (JIK)* 13, no. 2 (2022): 57–66.

Arif, Muhammad, and Zana Zein Hardimanto. “Kinerja Ekonomi Dan Dampaknya Terhadap Degradasi Lingkungan Hidup Di Indonesia.” *Jurnal Litbang Sukowati : Media Penelitian Dan Pengembangan* 7, no. 1 (2023): 44–55. <https://doi.org/10.32630/sukowati.v7i1.338>.

Asari, Andi. *Peran Media Sosial Dalam Pendidikan. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2023. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_MelestarI.

Azreen Jihan Mohd Hashim, Nurul Nazlia Jamil, Muhamad Azrin Nazri, Muhammad, and Majid & 3N Alia Fahada W Ab Rahman. “The Influence Of Spiritual Intelligence, Spiritual Congruence, And Accounting Literacy On Attitude Toward Purchasing Halal Products And Intention To Purchase Among Generation Alpha.” *Nusantara Studies* 8, no. 2 (2023): 73–94.

Batara, Muhammad Aulia Pammase. “Aksi Bela Palestina Di Palopo, Massa Bentangkan Bendera 10 Meter Di Jalan,” 2024. <https://www.detik.com/sulsel/palopo/d-7438453/aksi-bela-palestina-di-palopo-massa-bentangkan-bendera-10-meter-di-jalan>.

Batjo, Nurdin. “Penerapan Komunikasi Pemasaran Terhadap Perilaku Dan Putusan Pembelian.” *Journal of Islamic Management And Bussines* 1, no. 2 (2018): 1–21.

Batjo, Nurdin, and Maheirina Disman. “The Effect of Perceived Quality and Brand Image on Smartphone Purchase Decisions.” *Dinamis : Journal of Islamic Management and Bussiness* 5, no. 1 (2022): 30–42. <https://doi.org/10.24256/dinamis.v5i1.3351>.

Chatarina suryaningsing, et al. *Kecerdasan Emosional Di Era Digital* (2024).

Curtis W. Hart, “Faith Development Theory,” *Encyclopedia of Psychology and Religion*, 2020, 866–68, https://doi.org/10.1007/978-3-030-24348-7_229.

Damayanti, Alfira, Isniryunisyafna Diah Delima, and Ari Suseno. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang).” *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema* 6, no. 1 (2023): 173–90. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>.

- Damayanti, Ulfi Fitri, and Solihin. "Pengembangan Kecerdasan Spiritual Anak Melalui Pembelajaran Dengan Penerapan Nilai Agama, Kognitif, Dan Sosial Emosional: Studi Deskriptif Penelitian Di Raudhatul Athfal Al-Ihsan Cibiru Hilir." *Syifa Al-Qulub* 3, no. 2 (2019): 65–71.
- Danah Zohar dan Ian Marshall, "SQ *Kecerdasan Spiritual*". (Bandung, Mizan, 2000)
- Danah Zohar dan Ian Marshal, *SQ: Memanfaatkan Kecerdasan Spiritual dalam Berpikir Integralistik dan Holistik untuk Memaknai Kehidupan*, (Bandung, Mizan, 2001).
- Dian Kusuma Wardani," *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif, Dan Asosiatif)*" (2020).
- Gayatri, Rachma. "Pengaruh Kepercayaan Dan Efek Komunitas Terhadap Sikap Merek Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian." *Ekonomika*, 2013.
- Erniwati La Abute, "Konsep Kesadaran Sosial" *Jurnal Pendidikan Glasser* 3, no. 2 (2020).
- Hamida, Inda, Noor Fariyah, and Siti Amarah. "Analisis Pengaruh Aksi Boikot Akibat Konflik Palestina-Israel Terhadap Harga Saham Unilever Di USA, UK, Dan Indonesia Yang Tercatat ISSI Dan JII." *Sosio E-Kons* 16, no. 2 (2024): 156. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v16i2.23659>.
- Hamzah, Muhammad Maulana. "Peran Dan Pengaruh Fatwa Mui Dalam Arus Transformasi Sosial Budaya Di Indonesia." *Millah: Journal of Religious Studies* 17, no. 1 (2018): 127–54. <https://doi.org/10.20885/millah.vol17.iss1.art7>.
- Hartanto, eko budi. "Penanaman Nilai-Nilai Religiusitas Dalam Generasi Muda Masyarakat Desa Jatirejo Melalui Kegiatan Pendidikan Islam." *E* 3, No. 3 (2023): 16–21.
- Hasanah, Anisa Nur. "Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Mengenai Produk Boikot Dan Konflik Palestina – Israel Terhadap Keputusan Pembelian Produk Boikot," 6, 2024.
- Herdiansyah, Haris, Siska Safitri Safitri, Lidya Alviona Handayani, Elvira Nur Eka Wibowo, and Muhamad Alrafi Jatmiko. "Pengaruh Paparan Media Sosial, Loyalitas Dan Konformitas Terhadap Keputusan Pembeli Produk Mcdonald's Pasca Boikot." *Gandiwa Jurnal Komunikasi* 4, no. 1 (2024): 58–71. <https://doi.org/10.30998/g.v4i1.2873>.

- Hukum, Implikasi, dan Ekonomi, and Gerakan Boikot. “Implikasi Hukum dan Ekonomi Gerakan Boikot Produk Pro-Israel Terhadap Perindustrian Di Indonesia 1” 10 (2024): 1–15.
- Husna, Zahrul. “Peran Media Sosial Dalam Gerakan Solidaritas Boikot Produk Pro-Israel.” *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1 (2024).
- Irvanto, Ogy, and Sujana Sujana. “Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 8, no. 2 (2020): 105–26. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i2.331>.
- Kurniawan, Rony Setyo, Sella Holanda, Magister Manajemen, Universitas Pertiba, Kampanye Negatif, and Produk Lokal. “Efektivitas Seruan Aksi Boikot Produk Pro Israel Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Bagi Produk Lokal.” *Valuasi, Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (2024): 306–29.
- Lubis, Raka B. “Survei GoodStats: Mayoritas Warga Indonesia Dukung Aksi Boikot Produk Terafiliasi Israel.” In <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-mayoritas-warga-indonesia-dukung-aksi-boikot-produk-terafiliasi-israel-iohHj>, 2024.
- Maftuhin, Arif. *Arah Baru Kesejahteraan Sosial: Dari Inovasi Hingga Isu Kontemporer*. Samudra Biru, 2024.
- Mayfield, Antony. “What Is Social Media?” *Icrossing*, 2008, 1–36. http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_icrossing_ebook.pdf.
- Misidawati, Dwi Novaria, and Etc. Rahmawati. “Peran Media Sosial Terhadap Penerapan Boikot Produk Israel Di Indonesia.” no. 1 (2024): 37–48.
- Mokobombang, M. Alfa Riski, Fitira Ayu Lestari Niu, and Jamaludin Hasan. “Perilaku Boikot Dalam Perspektif Islam Serta Implementasinya Di Era Kontemporer.” *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics* 3, no. 1 (2023): 88–95. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>.
- Muhamad, Simela Victor. “Konflik Terbuka Palestina-Israel Dan Pentingnya Menghidupkan Kembali Perundingan Damai.” *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI* Vol. XIII, no. Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis (2021): 7–11.
- Muhyadi, Muhyadi. “Teknik Pengambilan Keputusan.” *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi* 3, no. 2 (2015). <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v3i2.3796>.

- Muid Al Choiri, Mochammad Abdul, and Mochamad Nurhadi. "The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Purchase Intention Through Brand Images as a Variable Mediation in Telkom Product in Surabaya." *Journal of Business & Banking* 8, no. 2 (2019): 337. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i2.1652>.
- Mutiara, Ichsani, and Syahputra. "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Produk Halal Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kecantikan Korea." *Jurnal Indonesia Membangun* 17, no. 2 (2018): 148–60.
- Nita, Wisnu Bayu Murti, and Zakiyah Isnawati. "Kecerdasan Majemuk Dan Implikasinya Dalam Pendidikan." *Jurnal Psikologi* 6, no. 1 (2019): 22–32.
- Oktavia, Oktavia, Muhammad Riziq Noval, Rizka Hanipah, and Melani Fitriya Handayani. "Pengaruh Dampak Boikot Produk Amerika Terhadap Perokonomian Indonesia." *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 318–23. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i1.2377>.
- Palopo, Bappeda Kota. "Konsultasi Publik Rancangan Awal Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Kota Palopo," (2025).
- Pipit Muliayah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana. "Analisis Efektivitas Boikot Produk Pro Israel Melalui Perspektif Konsumen." *Journal GEEJ* 7, no. 2 (2020).
- Prasetyaningrum, Galuh, Finda Nurmayanti, and Fallya Azahra. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial Dan Etika Masyarakat (Literature Review Sim)." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2022): 520–29. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1115>.
- Prof. Dr. Agus Suryono, S.U. *Teori Dan Strategi Perubahan Sosial*, (2020).
- Qotrunnada, Lutfia Izdhihar. "Fenomena Boikot Produk Pro Israel : Peran Media Sosial , Religiusitas , Dan FOMO Terhadap Brand Switching Pada Generasi Z" 3, no. 2 (2024): 17–37.
- Qur'an Kemenag, "Al-Anfal [73]:8," *Al-Qur'an Kemenag*, (2022), <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/8?from=73&to=73> (diakses pada 23 Desember 2024).
- Qur'an Kemenag, "Fushilat [33]:41," *Al-Qur'an Kemenag*, (2022), <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/41?from=33&to=54> (diakses pada 23 Desember 2024).

- Rachmad, Joseph Edhie. "Social Media Influence Theory." *Phoenix Cactus Book Publishing*, 2024. [https://osf-io.translate.googleusercontent.com/6mqa5/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Definition of the Theory The,creation%2C sharing%2C and interaction.](https://osf-io.translate.googleusercontent.com/6mqa5/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=sge#:~:text=Definition%20of%20the%20Theory%20The,creation%20sharing%20and%20interaction.)
- Rahmayanti, Dewi. "The Effect of Internal Locus of Control and Spiritual Intelligence on Personal Financial Management Behavior." *Integrated Journal of Business and Economics* 7, no. 1 (2023): 340. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v7i1.596>.
- Rizal, Derry Ahmad, and Ahmad Kharis. "Kesadaran Sosial Dalam Pemikiran Nietzsche: Tinjauan Dalam Proses Pengembangan Masyarakat Di Indonesia." *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 7, no. 1 (2022): 69. <https://doi.org/10.24235/empower.v7i1.9787>.
- Rohaya, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, and Budi Dharma. "Analisis Faktor Perilaku Konsumsi Terhadap Keputusan Boikot Produk Israel : Studi Kasus Pada Komunitas Muslim Dan Non Muslim Di Palangka Raya." *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)* 13, no. 03 (2024): 1036–50.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, (2021).
- Sigit Hemawan dan Amirullah "Metode Penelitian Bisnis" (Malang : Media Nusa Kreatif 2016)
- Slameto. "Faktor Yang Memengaruhi Hasil Belajar" 01 (2016): 1–23.
- Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 141.
- Sri Wahyuni, Umi Khulsum, Zahra Nur Fadila, Lilis Apriliani, Hilmiatus Sahla. "Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran." *Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* 5 (2024): 103–14.
- Sukidi. "Rahasia Sukses, Hidup Bahagia: Kecerdasan Spiritual (Mengapa SQ Lebih Penting dari IQ dan EQ)". Jakarta: PT Gramedia Utama (2002).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta CV, 2019), 168.
- Sumitro, and Imam Yuliadi. "Peran Pendidikan Dalam Membangun Kesadaran Sosial Masyarakat Bima." *Jurnal Pendidikan Ips* 9, no. 2 (2019): 149–54. <https://doi.org/10.37630/jpi.v9i2.230>.

- Sunarsi, Priadana Sidik dan Denok. *Metode Penelitian*. Tangerang: Pascal Books, (2021).
- Susanti, Eni, Mu'min Mu'min, Dwi Rianisa Mausili, Muhammad Sajidin, and Abdul Hafid. "Pengaruh Budaya Populer Di Kalangan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Budaya Komunitas Etnik (Studi Tentang Korean Wave Di Komunitas Suku Mandar, Provinsi Sulawesi Barat)." *Jurnal Ketahanan Nasional* 29, no. 3 (2024): 291–312. <https://doi.org/10.22146/jkn.88415>.
- Suyono, Analisis Regresi Untuk Penelitian (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2019)
- Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021).
- Tobing, Sri Juni Yanti. *Pengaruh Kecerdasan Spiritual Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Viii Di Mtsn 2 Medan Dan Implikasinya Melalui Bimbingan Konseling*, (2020).
- Triwikrama. "Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosia* 2 (2023). <http://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/1063>.
- Ulya, Himmatul, and Kilau Riksaning Ayu. "Gerakan Sosial Digital; Boikot-Divestasi-Sanksi (BDS) Terhadap Isu Israel-Palestina Di Media Sosial." *Prosiding Seminar Nasional FISIP UNNES*, (2024), 1. <https://proceeding.unnes.ac.id/psnf/article/view/3063/2526>.
- Wahyuni, Sri, Umi Khulsum, Zahra Nur Fadila, Lilis Apriliani, and Hilmiatus Sahla. "Pengaruh Faktor Sosial Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro Israel: Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Kisaran." *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 5, no. 01 (2024): 104.
- wardani, Sri Pramudya. "Pengaruh Gerakan Boikot Divestasi Sanksi Terhadap Perusahaan Pemegang Waralaba Dan Hak Asasi Manusia," (2024).
- Wibowo, Prihandono, Renitha Dwi Hapsari, and Muchammad Chasif Ascha. "Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia." *Journal Publicuho* 7, no. 1 (2024): 382–95. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i1.371>.
- Wigglesworth, C. " SQ21: *The Twenty-One Skills of Piritual Intelligence*". NewYork: SelectBooks (2012).

Wina. "Laporan Perencanaan Dan Proyeksi Kebutuhan Fasilitas Umum Kabupaten/Kota Palopo," 2023. <http://dx.doi.org/10.31219/osf.io/tsvyz>.

Yudiana, Ine. "Upaya Guru Dalam Menanamkan Kesadaran Sosial Melalui Mata Pelajaran Ips Pada Siswa Di Smpn 1 Sambit Ponorogo." *IAIN Ponorogo*, (2023).

Yuli, Luthfia. "Konsep Pengambilan Keputusan." *Research Gate* 1, no. 1 (2019): 172–86.

Yusuf, Faidah, Hardianto Rahman, Sitti Rahmi, and Angri Lismayani. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, Dan Dokumentasi: Pendidikan Di Majelis Taklim Annur Sejahtera." *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2023): 1–8.



L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1: kuesioner penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Responden

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir, saya Mawar Nurhasisa P Mahasiswi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kecerdasan spiritual, Kesadaran sosial, dan Media sosial terhadap Keputusan boikot produk pro-Israel di kalangan masyarakat Kota Palopo”**, guna menyelesaikan studi S1 Sarjana Ekonomi, Saya mohon kesediaan saudara(i) meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuisisioner dibawah ini. Hasil dari jawaban anda akan dirahasiakan dan akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Perlu saudara(i) ketahui bahwa ada beberapa produk yang diboikot karena pro terhadap Israel. Untuk daftar selengkapnya bisa anda lihat dibawah ini:

<https://www.faktakini.info/2023/11/mui-haramkan-beli-produk-pendukung.html?m=1#gsc.tab=0>

Hasil dari jawaban anda akan dirahasiakan dan akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Adapun kriteria responden:

1. Berusia 19-35 tahun.
2. Masyarakat Kota Palopo yang telah bekerja/ mempunyai pendapatan.
3. Telah memboikot produk Pro-Israel
4. Beragama Islam

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih,
Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri sesuai keadaan sebenarnya pada identitas responden.
2. Isi dan pililah salah satu jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang di ajukan dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih.
3. Pastikan bahwa jawaban-jawaban yang anda berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.
4. Terima kasih kesediaan, kerjasama, dan bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i

Ada Empat alternatif jawaban yang dapat anda pilih, yaitu:

Sangat Setuju (SS) = 4

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

B. Identitas Responden

1. Nama Responden :

2. Rentang Usia/Umur :

1) 19-21 Tahun

2) 22-25 Tahun

3) 26-29 Tahun

4) 30 -35 Tahun

5) Lainnya

3. Alamat :

4. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

5. Instansi/ Perusahaan tempat bekerja :

6. Status Pekerjaan :

- 1) Karyawan Swasta
- 2) Wiraswasta
- 3) Pegawai Negeri
- 4) Lainnya

7. Tingkat Pendidikan Terakhir :

- 1) SD
- 2) SMP/Sederajat
- 3) SMA/Sederajat
- 4) Diploma
- 5) Sarjana (S1)
- 6) Pasca Sarjana (S2)

8. Pendapatan Perbulan :

- 1) 0 ~ 1.000.000
- 2) 2.000.000 ~ 3.000.000
- 3) 4.000.000 ~ 5.000.000
- 4) 6.000.000 ~ .000.000
- 5) 7.000.000 ke atas

9. Media Sosial yang sering digunakan :

- 1) Facebook
- 2) TikTok
- 3) Instagram
- 4) WhatsApp

10. Telah memboikot produk Pro-Israel :

- Ya Tidak

KECERDASAN SPIRITUAL (X1)

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Kesadaran Diri					
1.	Saya memahami tujuan hidup saya secara mendalam.				
2.	Saya dapat mengidentifikasi emosi yang saya rasakan dalam situasi tertentu.				
3.	Saya sering mempertimbangkan dampak dari tindakan saya terhadap orang lain.				
Keterhubungan					
4.	Saya percaya bahwa semua manusia saling berhubungan dalam kehidupan.				
5.	Saya percaya bahwa tindakan saya dapat memengaruhi kehidupan orang lain.				
Nilai Moral					
6.	Saya menghormati nilai-nilai yang dianut orang lain, meskipun berbeda dengan saya.				
7.	Saya menganggap penting untuk memperjuangkan nilai-nilai kebenaran.				
Pengelolaan emosi					
8.	Saya mampu mengendalikan kemarahan saya dalam situasi yang memancing emosi.				
9.	Saya mampu memprioritaskan logika daripada emosi dalam mengambil keputusan.				
10.	Saya selalu berusaha menjaga hubungan baik.				

KESADARAN SOSIAL (X2)

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Pemahaman Terhadap isu Sosial					
1.	Saya memahami isu-isu global yang berhubungan dengan konflik Israel-Palestina.				
2.	Saya mengikuti berita tentang pelanggaran hak asasi manusia di dunia.				
3.	Saya memahami dampak boikot terhadap produk tertentu dalam mendukung perubahan sosial.				
Tanggung Jawab Sosial					
4.	Saya percaya bahwa setiap individu memiliki peran dalam menciptakan keadilan sosial.				

5.	Saya mendukung gerakan yang bertujuan untuk melawan ketidakadilan sosial.				
6.	Saya percaya bahwa setiap individu memiliki peran dalam menciptakan keadilan sosial.				
Keterlibatan dalam Komunitas					
7.	Saya aktif dalam kegiatan komunitas sosial				
9.	Saya aktif dalam kegiatan komunitas sosial atau keagamaan				
10.	Saya berpartisipasi dalam gerakan yang mendukung solidaritas Masyarakat.				

MEDIA SOSIAL (X3)

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Partisipasi					
1.	Saya percaya bahwa media sosial adalah alat yang efektif untuk mempengaruhi perubahan sosial.				
2.	Saya merasa media sosial memudahkan saya untuk mendukung gerakan sosial.				
Keterbukaan					
3.	Saya sering mencari informasi dari berbagai sumber di media sosial.				
4.	Saya menggunakan media sosial untuk mempelajari perspektif baru tentang isu sosial.				
5.	Saya terbuka terhadap pandangan yang berbeda tentang isu sosial di media sosial.				
Percakapan					
6.	Saya sering bertanya kepada orang lain tentang pandangan mereka terhadap isu sosial.				
7.	Saya merasa bahwa diskusi di media sosial memperluas wawasan saya.				
Saling Berhubungan					
8.	Saya sering berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki pandangan yang sama di media sosial.				
10.	Saya merasa media sosial memperluas jaringan sosial saya.				

KEPUTUSAN BOIKOT (Y)

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
Nilai religiusitas					
1.	Saya merasa bahwa agama mengajarkan saya untuk tidak mendukung produk yang berhubungan dengan Israel.				
2.	Keputusan saya untuk boikot produk pro-Israel sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai religius saya.				
3.	Saya percaya bahwa keputusan boikot produk merupakan bagian dari komitmen saya terhadap ajaran agama.				
Pengetahuan Produk					
4.	Pengetahuan saya tentang produk tertentu mempengaruhi keputusan saya untuk boikot.				
5.	Pengetahuan tentang produk ini membuat saya sadar akan pentingnya boikot sebagai bentuk protes.				
6.	Pengetahuan yang saya miliki mengenai latar belakang produk membuat saya lebih yakin untuk boikot.				
Seruan Agama (Fatwa)					
7.	Keputusan saya untuk boikot produk sangat dipengaruhi oleh seruan agama untuk menentang Israel.				
8.	Fatwa agama memberikan dasar yang kuat bagi saya untuk boikot produk tertentu.				
9.	Seruan agama memperkuat keyakinan saya untuk tidak membeli produk yang mendukung Israel.				

Lampiran 2: tabulasi jawaban responden

TABULASI JAWABAN KUESIONER

Kecerdasan Spiritual (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	TOTAL
3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	33
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	33
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	33
3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	34
4	3	4	4	2	4	4	4	1	4	34
3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	35
4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	36
2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	32
3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	34
3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	32
4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	37
3	3	4	4	2	4	4	2	3	3	32
3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	31
3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	35
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	35
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	30
3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	34
3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	25
4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	36
4	1	1	1	2	3	3	3	2	2	22
4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	35
3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	35
3	4	4	2	2	3	3	1	2	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	3	2	4	1	3	3	3	28
4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	35
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	37
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	33
3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	29
4	3	2	3	2	4	4	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	33
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	33
3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	34
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	28
2	2	3	1	2	3	2	3	2	2	22
3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	34
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	36
4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	35
4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	33
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	37
3	2	2	4	2	4	4	2	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	37
3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	30
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	2	4	4	2	2	2	2	3	27
4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	33
4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	33
3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	30
2	3	4	3	3	4	4	2	3	4	32
3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	29
3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	31
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
1	4	4	3	2	2	2	3	3	2	26
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	35
4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	34
3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	34
3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	33
2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	32

4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	33
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	34

Kesadaran Sosial (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL
3	2	4	4	4	4	3	4	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	3	4	4	4	2	3	4	3	31
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	2	4	3	2	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
3	3	3	3	3	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
3	2	4	3	4	4	4	4	3	31
3	3	3	3	3	4	3	3	4	29
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	4	3	3	4	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	3	3	4	3	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
3	3	3	3	4	4	3	4	3	30
3	4	3	4	3	4	4	4	3	32
2	3	3	4	4	3	4	3	3	29
3	3	3	4	4	4	4	2	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
3	3	3	3	3	4	4	3	4	30
3	4	3	3	4	3	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	2	4	4	4	4	4	4	4	33
3	2	3	4	2	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
3	3	3	3	3	3	2	4	4	28
4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	2	4	2	32

2	4	3	3	2	2	4	3	4	27
4	3	4	4	4	4	3	3	3	32
3	2	4	4	3	4	4	4	3	31
3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	2	4	3	3	2	4	3	2	25
3	3	3	3	3	2	4	2	2	25
4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
3	4	4	3	4	4	4	4	2	32
3	3	3	4	3	4	3	4	4	31
3	3	3	4	4	3	4	4	3	31
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
3	4	3	3	3	2	2	2	3	25
3	2	3	3	4	3	4	4	3	29
2	2	3	4	3	2	4	3	4	27
3	3	4	4	3	3	3	3	3	29
3	3	4	4	3	4	2	2	3	28
4	3	3	4	4	3	4	3	2	30
4	3	3	4	4	3	4	3	4	32
4	4	4	3	4	3	3	3	3	31
2	2	3	4	3	3	4	4	4	29
3	2	4	4	4	3	4	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	4	4	4	4	3	4	32
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
3	2	2	4	2	2	3	2	4	24
2	3	3	3	3	3	4	4	3	28
2	2	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
2	2	2	3	4	4	4	2	4	27
4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
3	2	4	4	4	4	4	2	4	31
3	2	3	3	4	3	4	4	3	29
2	2	4	3	3	4	3	4	3	28
2	3	4	3	4	3	4	3	4	30
3	4	3	4	3	4	3	4	4	32

3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	3	2	4	3	2	2	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	2	4	4	33
2	4	4	3	3	4	3	3	2	28
4	2	3	4	4	4	3	4	3	31
3	2	3	4	3	3	4	3	4	29
4	3	3	4	4	3	3	4	3	31
3	4	2	3	3	4	4	3	3	29
3	4	3	4	3	4	3	4	4	32
2	3	3	4	2	3	4	3	4	28
3	3	3	4	4	3	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	3	3	3	31

Media Sosial (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	TOTAL
3	3	3	3	4	3	4	3	4	30
3	4	4	4	4	3	3	4	4	33
4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	3	3	4	30
4	4	4	4	4	3	3	1	2	29
4	4	4	4	4	2	4	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
4	2	4	2	4	2	2	4	4	28
3	3	3	4	3	2	2	2	3	25
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	3	3	2	3	4	3	30

3	3	3	3	4	3	4	3	4	30
3	2	3	4	4	3	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	4	3	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	3	4	3	2	3	3	3	28
2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
1	2	2	4	4	4	4	4	4	29
3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	4	3	3	3	4	29
4	3	3	4	4	4	4	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	3	4	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	3	4	4	3	4	4	3	31
4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
2	4	2	4	4	3	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	2	3	3	3	2	2	3	23
4	3	3	4	3	3	3	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	4	3	4	3	4	30
3	3	2	3	3	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
2	4	4	3	3	4	3	2	4	29
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	4	3	4	4	3	4	31

3	3	3	4	3	4	2	4	4	30
2	3	3	4	2	4	4	3	3	28
3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
4	3	3	4	3	4	3	4	3	31



Lampiran 3: hasil olah data SPSS

Hasil Uji Validitas Kecerdasan Spiritual (X1)

Correlations												
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,733**	,470**	,485**	,497**	,544**	,470**	,666**	,795**	,538**	,783**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,007	,005	,002	,009	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,733**	1	,530**	,578**	,540**	,504**	,488**	,607**	,647**	,619**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,001	,002	,005	,006	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,470**	,530**	1	,682**	,570**	,635**	,672**	,407*	,509**	,605**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,009	,003		,000	,001	,000	,000	,026	,004	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,485**	,578**	,682**	1	,539**	,503**	,682**	,584**	,503**	,593**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,000		,002	,005	,000	,001	,005	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,497**	,540**	,570**	,539**	1	,738**	,666**	,433*	,478**	,540**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,005	,002	,001	,002		,000	,000	,017	,008	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,544**	,504**	,635**	,503**	,738**	1	,824**	,513**	,698**	,716**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,000	,005	,000		,000	,004	,000	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,470**	,488**	,672**	,682**	,666**	,824**	1	,537**	,650**	,768**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,009	,006	,000	,000	,000	,000		,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,666**	,607**	,407*	,584**	,433*	,513**	,537**	1	,718**	,438*	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,026	,001	,017	,004	,002		,000	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,795**	,647**	,509**	,503**	,478**	,698**	,650**	,718**	1	,643**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,004	,005	,008	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	,538**	,619**	,605**	,593**	,540**	,716**	,768**	,438*	,643**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,001	,002	,000	,000	,015	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,783**	,791**	,765**	,781**	,753**	,833**	,846**	,751**	,835**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Kesadaran Sosial (X2)

Correlations											
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,455*	,638**	,579**	,553**	,457**	,323**	,320**	,350**	,701**
	Sig. (2-tailed)		,012	,000	,001	,002	,011	,082	,085	,058	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,455*	1	,391*	,357	,373*	,591**	,560**	,767**	,663**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,012		,033	,053	,042	,001	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,638**	,391*	1	,779**	,723**	,704**	,294	,244	,502**	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,033		,000	,000	,000	,115	,193	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,579**	,357	,779**	1	,685**	,719**	,405*	,181	,302	,761**
	Sig. (2-tailed)	,001	,053	,000		,000	,000	,027	,338	,105	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,553**	,373*	,723**	,685**	1	,683**	,359	,273	,537**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,002	,042	,000	,000		,000	,051	,144	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,457*	,591*	,704**	,719**	,683**	1	,419*	,356	,490**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,011	,001	,000	,000	,000		,021	,053	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	,323	,560*	,294	,405*	,359	,419*	1	,781**	,477**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,082	,001	,115	,027	,051	,021		,000	,008	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	,320	,767*	,244	,181	,273	,356	,781**	1	,677**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,085	,000	,193	,338	,144	,053	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	,350	,663*	,502**	,302	,537**	,490**	,477**	,677**	1	,733**
	Sig. (2-tailed)	,058	,000	,005	,105	,002	,006	,008	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,701**	,757*	,799**	,761**	,783**	,820**	,680**	,666**	,733**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

Uji Validitas Media Sosial (X3)

Correlations											
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,887**	,700**	,636**	,534**	,357**	,723**	,642**	,695**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,053	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,887**	1	,752**	,526**	,347	,310	,808**	,720**	,788**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,060	,095	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,700**	,752**	1	,530**	,503**	,400*	,738**	,570**	,609**	,806**

	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	,500**	,728**	,618**	,727**	,800**	1	,773**	,683**	,740**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson Correlation	,740**	,786**	,778**	,561**	,786**	,773**	1	,867**	,815**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.8	Pearson Correlation	,728**	,653**	,832**	,520**	,706**	,683**	,867**	1	,762**	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.9	Pearson Correlation	,701**	,737**	,689**	,579**	,589**	,740**	,815**	,762**	1	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,817**	,893**	,892**	,751**	,834**	,848**	,925**	,876**	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

Hasil Uji Reliabilitas Kecerdasan Spiritual (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,781	11

Hasil Uji Reliabilitas Kesadaran Sosial (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,778	10

Hasil Uji Reliabilitas Media Sosial (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N Of Items
,785	10

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Boikot

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,791	10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2,66815315
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.057
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

D. This Is A Lower Bound Of The True Significance.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,406	3,062		,786	,434		
	Kecerdasan Spiritual	,209	,087	,233	2,392	,019	,561	1,782
	Kesadaran Sosial	,401	,112	,324	3,570	,001	,643	1,554
	Media Sosial	,297	,099	,279	2,996	,003	,609	1,643

a. Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.709	.886		1.930	.057
	Kecerdasan Spiritual	-.017	.025	-.088	-.657	.513
	Kesadaran Sosial	-.036	.033	-.137	-1.092	.277
	Media Sosial	-.038	.029	.170	1.317	.191

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,406	3,062		,786	,434
	Kecerdasan Spiritual	,209	,087	,233	2,392	,019
	Kesadaran Sosial	,401	,112	,324	3,570	,001
	Mdia Sosial	,299	,099	,281	3,012	,003

Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil Uji T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,406	3,062		,786	,434
	Kecerdasan Spiritual	,209	,087	,233	2,392	,019
	Kesadaran Sosial	,401	,112	,324	3,570	,001
	Mdia Sosial	,299	,099	,281	3,012	,003

Dependent Variable: Keputusan Boikot

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	680.857	3	226.952	30.823	,000 ^b
	Residual	706.853	96	7.363		
	Total	1387.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Boikot

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kesadaran Sosial, Kecerdasan Spiritual

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.491	.475	2.713

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Kesadaran sosial, kecerdasan Spiritual

Sumber : Data diolah dengan SPSS versi 26 (2025)

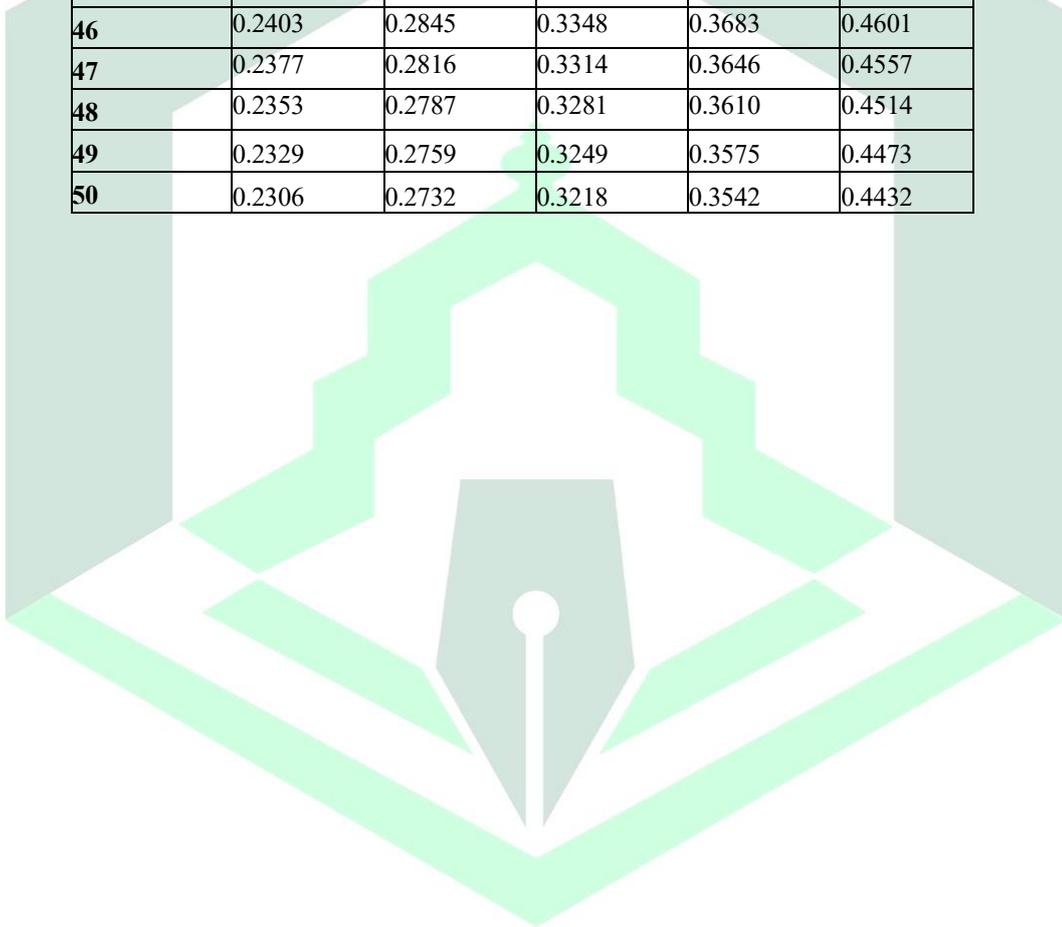
Lampiran 4: distribusi R tabel

R Tabel

Tabel r untuk $df = 1 - 50$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432



Lampiran 5: distribusi T tabel

T tabel

Titik Presentase Distribusi t (df = 81-100)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 6: distribusi F tabel

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05								
$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

Lampiran 7: persuratan


PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax : (0471) 326048, Email : dpmpptsp@palopokota.go.id, Website : http://dpmpptsp.palopokota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR : 500.16.7.2/2025.0138/IP/DPMPPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian,
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2018 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo,
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pemphapan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: MAWAR NURHASISA P
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: Dsn. Sumber Nyiur, Kec. Wotu, Kab. Luwu Timur
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 2104030072

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL, KESADARAN SOSIAL, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL DI KALANGAN MASYARAKAT KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian : Masyarakat Kota Palopo
Lamanya Penelitian : 5 Februari 2025 s.d. 5 Mei 2025

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 5 Februari 2025


Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211_200312_1_002

Tembusan, Kepada Yth.

1. Wali Kota Palopo,
2. Dandim 1403 SIVIG,
3. Kapolres Palopo,
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel,
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo,
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo,
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)





KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
NOMOR 439 TAHUN 2024
TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- Menimbang : a. bahwa demi kelancaran proses penyusunan, penulisan dan pengujian skripsi bagi mahasiswa Program Sarjana, maka dipandang perlu mengangkat Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi;
b. bahwa untuk menjamin terlaksananya tugas Dosen Pembimbing dan Penguji sebagaimana dimaksud dalam butir a di atas, maka perlu ditetapkan melalui surat keputusan Dekan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden RI Nomor 141 Tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Palopo menjadi IAIN Palopo;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 17 Tahun 2022 tentang Perubahan Kedua atas PMA Nomor 5 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Palopo;
6. Keputusan Rektor IAIN Palopo Nomor 370.1 Tahun 2016 tentang Pedoman Akademik Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Memperhatikan : Penunjukan Dosen Pembimbing dan Penguji dari Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
- Kesatu : Mengangkat mereka yang tersebut namanya pada lampiran surat keputusan ini sebagaimana yang tersebut pada alinea pertama huruf (a) di atas;
- Kedua : Tugas Dosen Pembimbing Skripsi adalah membimbing, mengarahkan, mengoreksi serta memantau penyusunan dan penulisan skripsi mahasiswa berdasarkan Panduan Penyusunan Skripsi dan Pedoman Akademik yang ditetapkan Institut Agama Islam Negeri Palopo serta berusaha menyelesaikan bimbingan tepat waktu;
- Ketiga : Tugas Dosen Penguji adalah mengoreksi, mengarahkan, mengevaluasi, menguji dan memberikan penilaian atas skripsi mahasiswa yang diujikan;
- Keempat : Pelaksanaan seminar proposal hanya dihadiri oleh Pembimbing dan Pembantu Penguji (II) sementara pelaksanaan Ujian Hasil dan Ujian Munaqasyah dihadiri oleh Pembimbing, Penguji Utama (I) dan Pembantu Penguji (II);
- Kelima : Segala biaya yang timbul sebagai akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan kepada DIPA IAIN Palopo Tahun Anggaran 2024;
- Keenam : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah kegiatan pembimbingan dan pengujian skripsi mahasiswa selesai serta akan diadakan perbaikan seperlunya jika terdapat kekeliruan di dalamnya;
- Ketujuh : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palopo
Pada tanggal, 10 September 2024

Dekan,

Anita Marwings



LAMPIRAN : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOMOR : 439 TAHUN 2024
TANGGAL : 10 SEPTEMBER 2024
TENTANG : PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- I. Nama Mahasiswa : Mawar Nurhasisa P.
NIM : 21 0403 0072
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : **Pengaruh Kecerdasan Religiusitas, Kesadaran Sosial, dan Media terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel di Kalangan Masyarakat Kota Palopo.**
- III. Dosen Pembimbing dan Penguji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
Sekretaris : Dr. Fasiha, M.E.I.
Pembimbing : Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.
Penguji Utama (I) : Dr. H. Rukman Abdul Rahman Said, Lc. M.Th.I.
Pembantu Penguji (II) : Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.

Dekan,

Anita Marwing



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama penelitian skripsi berjudul:

“Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel”

Yang ditulis oleh:

Nama : Mawar Nurhasisa P

NIM : 21 0403 0072

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa penelitian skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

Tanggal: 4 Juni 2025

Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Mawar Nurhasisa P

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mawar Nurhasisa P

NIM : 21 0403 0072

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing



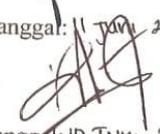
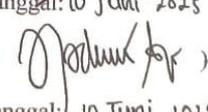
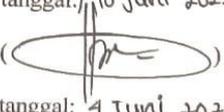
Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

Tanggal: 4 Juni 2025

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul “Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel” yang ditulis oleh Mawar Nurhasisa P dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104030072, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, 28 Mei 2025, bertepatan dengan 21 Dzulqasudah 1446 H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|---|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I.
Ketua Sidang | ()
tanggal: 11 Juni 2025 |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A.
Sekretaris Sidang | ()
tanggal: 11 Juni 2025 |
| 3. Dr. H. Rukman Abdul Rahman Said, Lc., M.Th.I.
Penguji I | ()
tanggal: 10 Juni 2025 |
| 4. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
Penguji II | ()
tanggal: 10 Juni 2025 |
| 5. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.
Pembimbing | ()
tanggal: 4 Juni 2025 |

Dr. H. Rukman Abdul Rahman Said, Lc., M.Th.I.

Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.

Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :-

Hal : Skripsi an. Mawar Nurhasisa P

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Mawar Nurhasisa P

NIM : 21 0403 0072

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

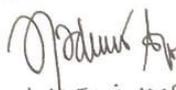
1. Dr. H. Rukman Abdul Rahman Said, Lc.,M.Th.I.

Penguji I

()
tanggal: 10 Juni 2025

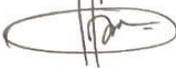
2. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.

Penguji II

()
tanggal: 10 Juni 2025

3. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

Pembimbing

()
tanggal: 4 Juni 2025

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Mawar Nurhasisa P
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di-
Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Mawar Nurhasisa P
NIM : 21 0403 0072
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kecerdasan Spiritual, Kesadaran Sosial, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Boikot Produk Pro-Israel

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut:

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tim Verifikasi

1. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Tanggal:

2. Eka Widiastuti, S.E.

Tanggal: 12 Juni 2015

()
()

PENGARUH KECERDASAN SPIRITUAL, KESADARAN SOSIAL, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN BOIKOT PRODUK PRO-ISRAEL

ORIGINALITY REPORT

4%	5%	4%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	2%
2	online-journal.unja.ac.id Internet Source	1%
3	journal.iainkudus.ac.id Internet Source	1%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On



**KARTU KONTROL
 SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : Mawar Nurhasisa P
 NIM : 2104030072
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	5/2/2025	Fadil Rizal Gijofani	Dampak sosial ekonomi pada pembangunan infrastruktur desa pangri		
2	5/2/2025	Reka Smitri	Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap pola konsumsi lokal fashion di kalangan mahasiswa febi iain palopo		
3	28/4/2025	Feni Nurpatin	Analisis Literasi Keuangan Di diwilayah Pesisir Kabupaten Jaya Tel. Surotung ET. Palopo guna meningkatkan kemandirian		
4	14/03/2025	Rismawati	Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiket shop pada gen z		
5	17/03/2025	Utah Nuraini	Analisis literasi keuangan ganda & implikasinya terhadap ketahanan ekonomi keluarga di kota palopo		
6	05/05/2025	Zalika Saibola	Pengaruh inklusi & literasi keuangan terhadap pengelolaan perilaku unbank di kecamatan Lamani		
7	19/05/2025	Ikhana Idris	Pengaruh religiusitas dan media sosial terhadap kontribusi pembelian produk yg berafiliasi islami yang di mediasi oleh persepsi masyarakat mengenai budaya - islam		
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
 NIP 198201242009012006

NB: Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Bitti Kota Palopo 91914

Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

BUKTI PEMBAYARAN UKT

No : 0456/ln.19/PKBLU/FEBI/06/2025

Nama : MAWAR NURHASISA P
NIM : 2104030072
PRODI : MBS
UKT : 1.500.000
Semester : VIII (DELAPAN)
Tahun Akademik : 2024-2025
Keterangan : Lunas Pembayaran UKT pada Semester I - VIII

Palopo, 11 Juni 2025

Pengelola Keuangan BLU
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Moh. Eddy Suhardin, S.Kom.

ea speaking active
LKP English Academy

TOEFL
PREDICTION TEST

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is certify that

MAWAR NURHASISA P

achieved the following scores on the

TOEFL
PREDICTION TEST

Listening Comprehension : 410
Structure & Written Expression : 580
Reading Comprehension : 490
Total : 493

Date of Test : Desember, 17 2024
Valid Until : Desember, 17 2026

Under the auspices of :
LKP English Academy
Terakreditasi A oleh BAN PAUD PNF 2019
SK No. 216/ BAN PAUD DAN PNF/ AKR/ 2019
Jl. Dr. Moh. Hatta, Ruko No.1-2
Baturaja Timur, Ogan Komering Ulu



Chief Executive Office
LKP English Academy



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

PANITIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN

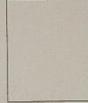
Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bera Kota Palopo 91914. Email : kontak@iainpalopo.ac.id Telp : +62 471 22076



Sertifikat

Nomor *476* /PP/PBAK/IAIN/PLP/8-9/2021

Diberikan Kepada :



Sebagai Peserta Pada Kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK)
Institut Agama Islam Negeri Palopo Tahun Akademik 2021-2022
yang dilaksanakan pada tanggal, 30 Agustus s.d 1 September 2021
dengan tema "Moderasi Beragama dan Kearifan Lokal di Era Digital dalam Meneguhkan Komitmen Keindonesiaan"

Ketua Panitia,

PANPEL
[Signature]
Dr. Rahmawati, M.Ag
NIP 19730211 200003 2 003



Mengetahui,
Rektor

Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag.
NIP 19691104 199403 1 004

Palopo, 3 September 2021
Presiden Mahasiswa IAIN Palopo

[Signature]
Muhaimin Uyes
NIM 17 0302 0035





**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Setelah memperhatikan hasil penilaian dan partisipasi dalam mengikuti Program Pesantren Mahasiswa, yang diselenggarakan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo, dengan ini Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah memberikan:

SERTIFIKAT

Kepada:

Nama : MAWAR NURHASISA P
NIM : 2104030072
Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis Islam /MBS

selanjutnya yang bersangkutan dinyatakan **LULUS** dalam program tersebut.

Palopo, 07 Januari 2022
Kepala,



[Signature]
D. Haldi Takwim, M.HI
NIP 196805031998031005





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
UNIT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Agatis Kel. Balandai Kec. Bara Kota Palopo
Web: mahad.iainpalopo.ac.id /Email : mahad@iainpalopo.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MENGAJI

Nomor : 902/In.19/MA.25.29/04/2025

Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo menerangkan bahwa:

Nama : Mawar Nurhasisa P

Nim : 2104030072

Fakultas/Prodi : Ekonomi & Bisnis Islam/MBS

telah mengikuti ujian mengaji (Menulis dan Membaca) Al-Qur'an dan dinyatakan;

Lulus dengan predikat:

Membaca : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*

Menulis : ~~Istimewa, Sangat Baik~~, Baik*

demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 29 April 2025

Kepala UPT Ma'had Al-Jami'ah



M. Madi Takwim, M.HI.
NIP. 196805031998031005

Keterangan:

*Coret yang tidak perlu





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Jl. Agatis Kel. Balandal Kec. Bara Kota Palopo 91914
EMail : kontak@iainpalopo.ac.id web: www.iainpalopo.ac.id

TRANSKRIP SEMENTARA

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
NPM : 2104030072
Tempat Lahir : Sumberyiur
Tanggal Lahir : 26 Juni 2003
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Nama : MAWAR NURHASISA P
Tahun Masuk : 2021

KODE	MATA KULIAH	NILAI	A.M	SKS	BO
MKF240302	USHUL DAN QAWAID FIQHIYAH	A-	3.50	2	
MKF240303	PENGETAHUAN KOMPUTER	A	3.75	2	
MKF240312	PENGANTAR MANAJEMEN	A	3.75	2	
MKI19240301	BAHASA INDONESIA	B	3.00	2	
MKI19240302	BAHASA ARAB	A	3.75	2	
MKI19240303	BAHASA INGGRIS	A	3.75	2	
MKI19240304	METODE BACA TULIS ALQURAN	A	3.75	2	
MKI19240307	PENDIDIKAN KEWARGANEGARAAN	A	3.75	2	
MKI19240310	PENGANTAR FILSAFAT	A+	4.00	2	
MKI19240311	TEORI DAN PRAKTEK DAKWAH	A-	3.50	2	
MKI19240312	STUDI ISLAM DAN KEARIFAN LOKAL	A-	3.50	2	
MKF240301	TEKNIK PENULISAN KARYA ILMIAH	A-	3.50	2	
MKF240305	PENGANTAR AKUNTANSI	A-	3.50	2	
MKF340304	PENGANTAR EKONOMI ISLAM	A	3.75	3	
MKI19240305	ULUMUL QURAN	A-	3.50	2	
MKI19240306	ULUMUL HADITS	A-	3.50	2	
MKI19240309	TAUHID	A	3.75	2	
MKMBS202	PENGANTAR ILMU EKONOMI	A	3.50	2	
MKMBS203	PENGANTAR EKONOMI MIKRO	A	3.75	2	
MKMBS204	PENGANTAR EKONOMI MAKRO	B+	3.25	2	
MKMBS230	BAHASA INGGRIS BISNIS	A+	4.00	2	
MKMBS324	APLIKASI BISNIS DIGITAL	A+	4.00	3	
MKF340306	EKONOMI MIKRO ISLAM	A+	4.00	3	
MKF340307	EKONOMI MAKRO ISLAM	A-	3.50	3	
MKF340309	TAFSIR AYAT DAN HADIS EKONOMI	A	3.75	3	
MKF340313	SEJARAH PEMIKIRAN EKONOMI ISLAM	A+	4.00	3	
MKI19240308	KEWIRUSAHAAN	A+	4.00	2	
MKMBS308	MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH	A	3.75	3	
MKMBS309	MATEMATIKA BISNIS	B+	3.25	3	
MKMBS323	PERILAKU KONSUMEN	A	3.75	3	
MKF240308	LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	A	3.75	2	
MKF240315	FIQHI MUAMALAT	A	3.75	2	
MKF240319	PEREKONOMIAN INDONESIA	A	3.75	2	
MKF340320	MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA	A-	3.50	3	
MKF340321	STUDI KELAYAKAN BISNIS	A-	3.50	3	
MKMBS310	AKUNTANSI BIAYA	A	3.75	3	
MKMBS311	BISNIS INTERNASIONAL	A-	3.50	3	
MKMBS312	MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	A-	3.50	3	
MKF240316	KOMUNIKASI PEMASARAN	A	4.00	2	
MKF340318	AKUNTANSI MANAGERIAL	A-	3.50	3	



KF340323	MANAJEMEN STRATEGIK	B+	3.25	3	9
KMBS226	MANAJEMEN INVESTASI	A-	3.50	2	7
KMBS231	KNOWLEDGE MANAJEMEN	A	4.00	2	8
KMBS233	E-CULTURE DAN JEJARING SOSIAL	A+	4.00	2	8
KMBS313	STATISTIK BISNIS	A+	4.00	3	12
KF240314	PERPAJAKAN	A	3.75	2	7
KF340322	EKONOMETRIKA	A	3.75	3	11
KMBS220	EKONOMI KREATIF	B+	3.25	2	6
KMBS227	MANAJEMEN KINERJA	A-	3.50	2	7
KMBS232	ANALISIS LAPORAN KEUANGAN	A	3.75	2	7
KMBS239	STRATEGI BRANDING	A-	3.50	2	7
KMBS240	MANAJEMEN PEMERINTAHAN	A	3.75	2	7
KMBS317	MANAJEMEN MUTU	A-	3.50	3	10
KMBS318	SISTEM INFORMASI MANAJEMEN	A	3.75	3	11
KMBS321	MANAJEMEN OPERASIONAL	A-	3.50	3	10
KMBS328	KEWIRAUSAHAAN DIGITAL	A+	4.00	3	12
KMBS329	METODE PENELITIAN BISNIS	A-	3.50	3	10
KMBS336	MANAJEMEN ZISWAF	A	3.75	3	11
KF240324	MAGANG (PKL)	A+	4.00	2	8
TI19240313	KOMPREHENSIF	A-	3.50	2	7
TI19440314	KULIAH KERJA NYATA	A+	4.00	4	16
TI19440315	SKRIPSI	E	0.00	4	0

Skrripsi : pengaruh kecerdasan spiritual, kesadaran sosial dan media sosial terhadap keputusan boikot produk pro israel dikalangan masyarakat kota palopo

ANGKARAN

: Satuan Kredit Semester
 : Huruf Mutu
 : Angka Mutu
 : Mutu

Jumlah SKS Yang Diambil : 152
 Jumlah SKS Yang lulus : 148
 Jumlah Mutu : 544
 Index Prestasi Kumulatif (IPK) : 3.58

7 Mei 2025
 Managemen Bisnis Syariah

 SABANI, S.EI., M.
 NIP. 2005048501



Lampiran 8: Riwayat hidup

RIWAYAT HIDUP



Mawar Nurhasisa P, lahir di Wotu pada tanggal 26 Juni 2003.

Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Hasma Palaitta dan Mardiana. Penulis memulai pendidikan di SDN 135 Binano.

Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 3 Wotu dan lulus pada tahun 2018, lalu melanjutkan pendidikan ke SMAN 2 Luwu

Timur dan lulus pada tahun 2021. Pada tahun yang sama, penulis terdaftar sebagai Mahasiswi pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Selama masa perkuliahan, penulis sangat aktif pada kegiatan akademik maupun organisasi kampus, termasuk menjadi anggota Himpunan Mahasiswa Program Studi. Penulis berdomisili di Dusun Sumbernyur, Desa lampenai, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

Contact person Gmail : Mawarnrhssh26@gmail.com