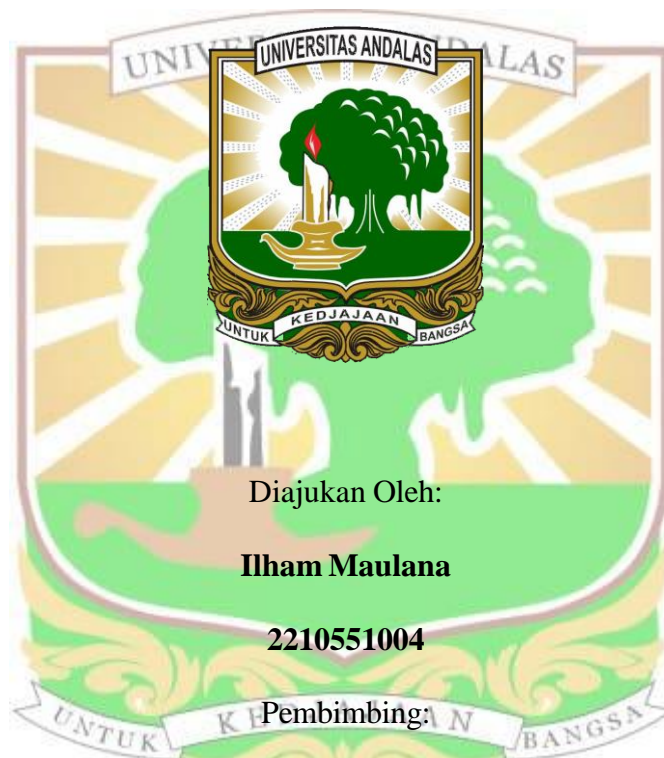


**PENGARUH BOIKOT KONSUMEN TERHADAP KEKUATAN MEREK
KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) DI KOTA BUKITTINGGI PADA MASA
PASCA PERJANJIAN PERDAMAIAN ISRAEL-PALESTINA**

Skripsi

Diajukan sebagai Syarat Mencapai Gelar Sarjana pada Program Studi S1 Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Ilham Maulana

2210551004

Pembimbing:

Faisal Ali Ahmad S.P, M.Si

NIP 197905132006041014

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ANDALAS

PAYAKUMBUH

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh boikot konsumen terhadap kekuatan merek Kentucky Fried Chicken (KFC) di Kota Bukittinggi pada masa paska perjanjian perdamaian Israel-Palestina. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 103 orang. Data dalam penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan metode Analisis SEM-PLS dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa boikot konsumen berpengaruh signifikan terhadap afinitas negara, serta afinitas negara berpengaruh signifikan terhadap kekuatan merek. Namun, norma subjektif tidak mampu memoderasi hubungan antara afinitas negara dan kekuatan merek secara signifikan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pihak KFC perlu memperhatikan persepsi konsumen terkait isu global serta membangun kedekatan emosional dengan konsumen guna menjaga kekuatan merek di tengah dinamika sosial dan politik yang berkembang.

