

ABSTRAK

Alifatuz Zahroo, 21.054.110.0115, Pengaruh Disonansi Kognitif Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Pro-Israel Pada Komunitas Muslim, Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, 2025.

Fenomena boikot terhadap produk-produk pro-Israel masih berlangsung hingga saat ini. Setelah Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa haram terkait dukungan terhadap Israel pada November 2023, sejumlah merek internasional yang dianggap memiliki hubungan dengan Israel menjadi sasaran boikot. Namun, meskipun mendukung boikot, konsumen masih memilih untuk membeli atau mempertimbangkan kembali pembelian produk-produk tersebut. Hal ini memperlihatkan pertentangan antara preferensi mereka dan nilai moral yang mereka pegang sehingga menciptakan disonansi kognitif dan berpengaruh pada pengambilan keputusan konsumsinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh disonansi kognitif terhadap pengambilan keputusan pembelian produk pro-Israel pada komunitas Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan analisis regresi linear sederhana melalui SPSS 20 *for Windows*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 385 orang dewasa Muslim (18-60 tahun) yang menggunakan produk dari daftar boikot. Instrumen penelitian berupa skala *likert* yang meliputi skala pengambilan keputusan pembelian dan skala disonansi kognitif. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan disonansi kognitif terhadap pengambilan keputusan pembelian produk pro-Israel, dengan nilai $F = 161.082$ dan nilai signifikansi $0,000$ ($p < 0,05$). Nilai koefisien regresi yang negatif ($Y = 152.041 - 0,618 X$) mengindikasikan bahwa semakin tinggi disonansi kognitif, maka pengambilan keputusan pembelian semakin rendah dan sebaliknya. Adapun kontribusi disonansi kognitif dalam penelitian ini adalah sebesar 29,6% terhadap pengambilan keputusan pembelian produk pro-Israel.

Kata kunci: Pengambilan Keputusan Pembelian, Disonansi Kognitif, Pemboikotan, Konsumen Muslim.

ABSTRACT

Alifatuz Zahroo, 21.054.110.0115. The Influence of Cognitive Dissonance on Purchase Decision-Making of Pro-Israel Products among Muslim Communities. Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Universitas Trunojoyo Madura, 2025.

The phenomenon of boycotting pro-Israel products remains ongoing. Following the issuance of a fatwa by the Indonesian Ulema Council (Majelis Ulama Indonesia) in November 2023, which declared it impermissible to support entities associated with Israel, various international brands perceived to be affiliated with Israel have become targets of consumer boycotts. However, despite expressing support for these boycotts, many consumers continue to purchase or reconsider purchasing such products. This reflects a conflict between individual preferences and moral values, leading to cognitive dissonance that may influence their purchase decisions. This study aims to examine the influence of cognitive dissonance on the purchase decision-making of pro-Israel products among Muslim communities. A quantitative approach was employed using a survey method and simple linear regression analysis via SPSS 20 for Windows. The sampling technique applied was purposive sampling, involving 385 Muslim adults aged 18–60 who have used products included in the boycott list. Research instruments consisted of Likert-scale questionnaires measuring cognitive dissonance and purchase decision-making. The results revealed a significant influence of cognitive dissonance on purchase decision-making, with $F = 161.082$ and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The negative regression coefficient ($Y = 152.041 - 0.618X$) indicates that the higher the level of cognitive dissonance, the lower the likelihood of purchasing pro-Israel products. Cognitive dissonance was found to contribute 29.6% to the variance in purchase decision-making in this study.

Keywords: *Purchasing Decision-Making, Cognitive Dissonance, Boycott, Muslim Consumers.*