UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis dan Religiositas terhadap Keputusan Boikot Produk dari Brand yang
Menjadi Target Boikot Organik di Indonesia**
NADYA SAFIRA AKMALUDDIN, Prof. Supriyadi, M.Sc., Ph.D., CMA., CA., Ak.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Abstract

This study aims to examine the influence of business ethics education, religiosity, and gender on the decision to boycott products from brands targeted by organic boycotts in Indonesia. The research employs a quantitative method by distributing questionnaires to 117 undergraduate accounting students at FEB UGM, selected through purposive sampling. The data was processed using SPSS 26 with multiple linear regression analysis. The results show that religiosity has a positive and significant effect on the decision to boycott, while business ethics education and gender do not have a significant influence.

Keywords: Organic Boycott, Business Ethics Education, Religiosity, Consumer Behavior, Boycott Decision.

Pengaruh Pendidikan Etika Bisnis dan Religiositas terhadap Keputusan Boikot Produk dari Brand yang
Menjadi Target Boikot Organik di Indonesia
NADYA SAFIRA AKMALUDDIN, Prof. Supriyadi, M.Sc., Ph.D., CMA., CA., Ak.
Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pendidikan etika bisnis, religiositas, dan gender terhadap keputusan boikot produk dari *brand* yang menjadi target boikot organik di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 117 mahasiswa S1 Akuntansi FEB UGM yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data diolah menggunakan SPSS 26 dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan boikot, sedangkan pendidikan etika bisnis dan gender tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci: Boikot Organik, Pendidikan Etika Bisnis, Religiositas, Perilaku Konsumen, Keputusan Boikot.