

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung : Rosda.
- Ambler, T. (1992). *Need-to-know-marketing*. London: Century Business.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Anderson, E. W., & Sullivan, M. W. (1993). The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms. *Marketing Science*, 12(2), 125–143.
- Ariningsih, L.P. (2013). Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Pembentukan Brand Equity. Universitas Muhammadiyah Purworejo. Hal. 1-24.
- Armstrong, dan Kotler. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1*. Edisi Kesembilan. Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Basu Swastha. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta : Liberty.
- Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2004). Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to social initiatives. *California Management Review*, 47(1), 9–24.
- Birgelen, Ruyter & Wetzels, (2000). Emotional Satisfaction of Customer Contacts. Universiteit Van Amsterdam.
- Bontis, et al. (2007). The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in the banking industry. *Management Decision*, 45(9), 1426–1445.
- Carter Mc Namara. (2006). *Field Guide to Consulting and Organizational Development*. Authenticity Consulting, LLC.
- Christopher Lovelock, and Jochen Writz. (2007). *Services Marketing*. 6<sup>th</sup> edition. Pearson Prentice Hall.
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler. (2011). *Business Research Methods*. (11<sup>th</sup>ed). New York: McGraw Hill International Edition.

- Donio et al. (2009). The Mediating Effect of Cognitive and Emotional Satisfaction on Customer Loyalty. *International Journal of Management Innovation Systems*. Vol.1 hal. 1-13.
- Evans.J., Lindsay, W. (2007). *The Management and Control of Quality*. 7<sup>th</sup> Edition. South-Western College.
- Febriani, W. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*. Vol. 3. Hal. 1-12.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gunawan, B., dan Utami, S.S. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.7,no.2, hal. 174-185.
- Hartono. (2011). *Metodologi Penelitian*. Pekanbaru: Zanafa Publishing.
- Hsu. (2012). The Advertising Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Reputation and Brand Equity: Evidence from the Life Insurance Industry in Taiwan. *Journal Bussines Ethics*, 119: 189-201.
- <https://almirans.wordpress.com/2012/11/09/pengertian-corporate-social-responsibilities-dan-penerapannya/>
- <http://ciptakanide.blogspot.com/2014/10/pengertian-tanggung-jawab-sosial.html>
- <http://definisimu.blogspot.com/2012/08/definisi-kinerja.html>
- <https://depraciasri.wordpress.com/sikap-dan-kepribadian/>
- <http://informasiana.com/pengertian-manajemen-menurut-para-ahli/>
- [http://tugaspertekommeikadanarni.blogspot.com/2010\\_12\\_01\\_archive.html](http://tugaspertekommeikadanarni.blogspot.com/2010_12_01_archive.html)
- <http://www.sarjanaku.com/2012/09/pengertian-respon-konsumen-dan-kepuasan.html>
- Husein Umar, (2005), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrawan, D.C. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. Universitas Diponegoro. Hal. 1-67.

- Indriantoro, N., Supomo, B. (2002). *Metedologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : Edisi Pertama, Penerbit BPFE.
- Jogiyanto. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Jogiyanto. (2010). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Edisi Pertama. Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Kamaludin. (2010). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Kotler, P. (2000), *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P., Amstrong, G. (2003). *Principles of Marketing*. 8<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall College.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. First edition. Prentice Hall Business Publishing.
- Kotler, P., Keller, K. (2006). *Marketing Management*. 12<sup>th</sup> Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., and Keller, K. (2012). *Framework for Marketing Management*. 5<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall.
- Kotler, P., and Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th edition. Library of Congress Cataloging in Publication Data.
- Krisviyanti. (2007). Analisis Pengaruh Afeksi, Fairness, dan Diskonfirmasi Terhadap Kepuasan Konsumen. Universitas Sumatera Utara. Hal. 25-39.
- Lai, et al (2010). The effects of corporate social responsibility on brand performance: The mediating effect of industrial brand equity and corporate reputation. *Journal of Business Ethics*, 95(3), 457–469
- Leki, R., dan Christiawan, Y.J. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review*. Vol.1 no.2. hal. 1-13.
- Lynch, J., & de Chernatony, L. (2004). The power of emotion: Brand communication in business-to-business markets. *Journal of Brand Management*, 11(5), 403–419.

- Manullang, M, (2004). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Keempat, BPF, Yogyakarta.
- Muhadjir., Qurani. (2011). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Persepsi Nasabah Bank dan Dampaknya Terhadap Corporate Image. *Journal The Winners*. Vol. 12 no. 2 hal. 80-195.
- Muhridwan. (2013). Analisis Kinerja Kualitas Produk. *Jurnal ekonomi*. Hal.45-57.
- Myers, C. A. (2003). Managing brand equity: A look at the impact of attributes. *Journal of Product and Brand Management*, 12(1), 39–51.
- Nasution, M,N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Navarone, O. (2003). Analisis Pengaruh Tingkat Kesuksesan Produk Baru Dalam Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol.2 no.1. Hal. 111-122.
- Nazir Moh, 2005, *Metode Penelitian* , Bogor : Ghalia Indonesia.
- Ningrum, L.S., Nurcahya, I.K. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Corporate Image Dan Perilaku Word Of Mouth. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Hal 835-848.
- Nur Farida., Prasetyo., dan Herwiyanti. (2010). Pengaruh Penerapan Corporate Governances Terhadap Timbulnya Earnings Management Dalam Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol 12 hal. 69-80.
- Robbins, S., Judge, T. (2005). *Organizational Behaviour*. 13<sup>th</sup> Edition. Prentice Hall.
- Roberts, P., Dowling, G. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performances. *Strategic Management Journal*. Vol.23 hal. 1077-1093.
- Saifuddin Azwar. (2004). *Metode Penelitian*. Cetakan V. Pustaka Pelajar. Yogyakarta .
- Santosa, M., Sjam, A.P. (2012). Pengaruh Kinerja Produk Reksadana Dengan Menggunakan Metode Perhitungan Jensen Alpha, Sharpe Ratio, Treynore Ratio,  $M^2$ , Dan Information Ratio. *Jurnal Manajemen*. Vol. 12 no. 1. Hal.1-14.
- Sari, Y.D. (2012). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Pada Program Perusahaan. Hal. 1-25.

- Schemerhorn, J. (2003). *Core Concepts of Management*. First Edition. Wiley.
- Singarimbun, M., dan Sofian, E. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Soehartono , Irawan. (2004). *Metode Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosdakarya: Jakarta.
- Stephen P. Robbins, Mary K. Coutler. (2005). *Management*. 8<sup>th</sup> edition. Pearson Prentice Hall.
- Sugiarto dkk. (2003). *Teknik Sampling*, Penerbit Gramedia, Jakarta
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung..
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung
- Suliyanto, 2005, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor : Ghalia Indonesia
- Suliyanto (2006). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Sumarwan, Ujang.(2003).*Perilaku Konsumen*.Ghalia Indonesia.Jakarta.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Syarief, H. (2011). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Ekuitas Merek*. Universitas Pembangunan Nasional. Hal 1-16.
- Ulum, B., Arifin, Z., Fanani, D. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8 no. 1. Hal. 1-8.
- Untung, H.B. (2009). *Corporate Social Responsibility*. Edisi Kedua, Penerbit Sinar Grafika Offset, Jakarta.
- Uma, Sekaran. (2000). *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi Keempat. Penerjemah: Kwan Men Yon. Penerbit Salemba Empat, Jakarta

- Uma Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Uma Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Vindy. (2006). Analisis dan Pengukuran Elemen-Elemen Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan. Universitas Bina Nusantara.
- Wang, Y., Lo, H. P., & Hui, Y. V. (2003). The antecedents of service quality and product quality and their influences on bank reputation: Evidence from the banking industry in China. *Managing Service Quality*, 13(1), 72–83.
- Widjaja, G., dan Pratama, Y.A. (2008). *Risiko Hukum & Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Edisi Pertama, Penerbit PT. Percetakan Penebar Swadaya, Jakarta.
- Wilkie, W.L. (1990). *Consumer Behaviour*. 2<sup>nd</sup> Edition. John Wiley & Sons Canada.
- Wilson Bangun. (2008). *Intisari Manajemen*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Wulandari, N. (2006). Pengaruh Indikator Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Publik di Indonesia. *Fokus Ekonomi*. Vol.1 no.2. Hal. 120-136.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ed. 1, Cet. 4. Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta
- Zeithaml, Valerie A and Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.: 3-287.
- Zulfikar & Budiantara, I. (2014). *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Edisi 1. Deepublish: Yogyakarta.