

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1997) *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta : Spektrum
- Adi, Pramono H. (2010). *Pengaruh CSR terhadap reputasi perusahaan*.  
Universitas Jendral Sudirman, Purwokerto.
- Ambadar., Jakie, miranty A, dan Isa. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta
- Apriana,H.J Fanggidae. (2006). *Strategi Pemasaran Pariwisata :Segmentation Target Market, Positioning dan Marketing Mix*.
- Ariningsih, L.P. (2009). *Pengaruh Penerapan Program CSR Pada Pembentukan Brand Equity*. Universitas Muhamdiyah Purworejo. Hal 1-24.
- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Buchari Alma, (2004), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Budimanta, A, Prasetijo, A., Rudito, B. (2004). *Corporate Social Responsibility : Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*. Jakarta. ICSD.
- Beverland, Michael ., Yakimov dan Raisa.(2007). *Resposiitoning capabilities Enablers of ongoing brand management*. Research Monash university
- Chirani E, Taleghani, M., Moghadam Nasim. (2012)*Brand performance and Brand Equity*. Vol 3. No.9
- Cramer; Jonker, J and Heijden, Avan der (2004), *Making Sance of Corporate Social Responsibility*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 55, No. 2. Social Dimensions of Organizational. Hal 215-222
- Dalton, John., Croft, Susan. 2003. *Managing Corporate Reputation*. London: Thorogood

- Ghorbani, H., S. M. Abdollahi, dan M. Chini, 2013, An Empirical on the Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Equity within Percieve Service Quality Framework, *Mediterranean Journal of Social Science*, Vol. 4, No. 6: 119-125.
- Gregory,A. (2001) public relations and evaluations : does the reality match the rhetoric ? *journal of marketing commhunication* ISS7, hal171-189
- Handayani, E.N. 2012. Analisis Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Membangun Corporate Reputation, Brand Equity, dan Social Equity Brand Studi Kasus pada Merek Lifebuoy dari PT. Unilever. Tesis program studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Febriani, W. (2013). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Ekonomi*. Vol 3. Hal 1-2.
- Herbig, Paul and Milewicz, John. (1993). The relationship of reputation and credibility to brand success. *Jurnal Marketing*.
- Hsu. (2012). *The Advertising Effects Of Corporate Social Responsibility on Corporate Reputation and Brand Equity : Evidence from the Life Insurance Industry* *Journal Business Ethics*,119:189-201.
- <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/6378/Daftar%20Pustaka.pdf?sequence=14>
- <https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/artikel/merek/ekuitas-merek/>
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31563/2/Reference.pdf>
- <http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2016/05/pengertian-brand-awareness-kesadaran.html>
- <http://sobur27.blogspot.co.id/2014/01/pengertian-asosiasi-merek.html>
- <http://boentialoe.blogspot.co.id/2013/09/pengertian-persepsi-kualitas-perceived.html>
- <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2009/10/brand-loyalty-loyalitas-merek->

definisi.html

<http://brandsite.weebly.com/4/post/2010/12/first-post.html>

Kast, Fremont E, James E, Rosenzweig. (2002). *Organisasi dan Manajemen*.

Jakarta : Bumi Aksara.

Keegan dan Green. (2008). *Global Marketing*. Edisi 5. Penerbit London Pearson Education.

Knapp D.E. (2002). *The Brand Mindset*. Yogyakarta : Andi

Kotler dan Amstrong, (2004), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Salemba Empat

Kotler, Philip. (2004). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, implementasi dan control*, Edisi sebelas . Jakarta : PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2012). *Marketing Management*.

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

Nursahid, F. (2006). *Tanggung Jawab Sosial BUMN*. Piramedia, Depok.

Purba, Fredy .(2016). Pengaruh pelaksanaan program csr terhadap reputasi perusahaan( studi pada : karyawan di kanmtor wilayah bandung PT BNI life insurance)

Pratama ,Gede Wibi S; Nurcaya.(2016). Pengaruh corporate social responsibility Ekuitas merek yang dimediasioleh citra perusahaan. *E-jurnal manajemen Unud*, vol 5, no.7, hal 4253-4280.

Pride, William. M dan O. C. Ferrel, (1995). *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari hari*. Jakarta : Penerbit Binarupa Aksara.

Rambat, Lupiyoadi, dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.

- Rettab, B., Brik, A. B. and Mellahi, K. 2009, A study of management perceptions Of the impact of corporate social responsibility on Organizational performance in emerging economies: The case of Dubai, Journal of Business Ethics, 89, Hal 371-390
- Rutoto, Sabar. (2007). Pengantar Metodologi Penelitian. FKIP : Universitas Muria Kudus
- Sabate dan Puente. (2003). Empirical Analysis of the relationship between Corporate reputation and financial performance : a survey of literature corporate reputation Review. Vol 6:2.
- Saifuddin Azwar, (2004). Metode Penelitian. Cetakan V. Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Saputri, Nurmaya. (2010). Analisis corporate social responsibility sebagai Pembentuk citra perusahaan dan pengaruhnya terhadap loyalitas Pelanggan (PT Fast food Indonesia di Kota Semarang).
- Setiadi, Yosafat (2015). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada *Corporate Reputation* Dan *Brand Equity* : *Customer Satisfaction* Sebagai variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa/I Universitas Kristen Maranatha)
- Suliyanto (2009), Metode Riset Bisnis. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulum, B., Arifin, Z., Fanani, D. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 8 no 1. Hal 1-8.
- Wibisono, Y. (2007). Membedah Konsep dan Aplikasi CSR *Corporate Social Responsibility* Gresik : Fascho Publishing
- Yusdantara, W., Rahanata, Gede. (2015). Pengaruh corporate social responsibility Terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (studi pada PT. COCA COLA AMATIL DENPASAR)