

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (*Center For Academic Publishing Service*). Yogyakarta.
- Aini, N., Mentari M. 2014. Pengaruh Kegiatan Corporate Social Responsibility Pada Perguruan Tinggi dan Dampaknya Terhadap Citra Perguruan Tinggi dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal: Universitas Narotama Surabaya*.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Augusty, Ferdinand. 2005. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi. Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Azwar, S. 2003. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Berlo, D. K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Hort, Rinehart and Winston. New York.
- Chahal, H. & Sharma, R. D. 2006. "Implications of corporate social responsibility on marketing performance: A conceptual framework". *Journal of Services Research*, 6(1) April 2006 – September 2006.
- Chaudhuri. A and Holbrook M. B. 2001. *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: Journal of Marketing*.
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Drezner, W. 2002. *A Balanced Perspective on Brands*. Baringstroke: Mc Millan
- Faroid, M dan Murtadlo, K. 2014. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan PT. Tirta Investama Keboncandi Pada Masyarakat Desa Jeladri Winongan Pasuruan. [Online]. Vol 1. No 1. Tersedia:<http://jurnal.yudharta.ac.id/wpcontent/uploads/2014/09/PENGARUH-PENERAPAN-CSR-TERHADAP-.pdf>.
- Ferrel, O. C and D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation
- Fraenkel, J. & Wallen, N. 1993. *How to Design and evaluate research in education*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill Inc.

- Febriant, S. 2011. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Merek Malang Post (Studi Pada Peserta Pelatihan Jurnalistik Dan Penulisan Artikel Malang Post). Jurnal Nasional.
- Gi- Du Kang, Jeffrey James. 2004. "Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model" *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 14 Issue: 4, pp.266-277.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Cetakan Kelima. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jung, C. G. 1947. *On the Nature of the Psyche*. London: Ark Paperbacks.
- Keller, K. L. 2013. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Kennedy S. H. 1977. "Nurturing Corporate Images", *European Journal of Marketing*, Vol. 11 Issue: 3, pp.119-164.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. NJ: Prentice Hall.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller K. L., 2008. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Lee, Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons
- Kwick, Robert (1974) dalam Notoatmodjo, Soekidjo. 2003, Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan, Rineka Cipta, Jakarta.
- Mar'at. (1984). Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Mahardikanto, M. S. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.

- Martinez, P., Perez A., & Bosque I. R. d. 2013. *CSR Influence on Hotel Brand Image and Loyalty*.
- Marinova, N. 2013. *MARKETING ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY. Trakia Journal of Sciences, Vol. 11, Suppl. 1, pp 535-538.*
- Malhotra, K. Naresh. 1993. *Marketing Research An Applied Orientation*, second edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- Miftah Toha, 1988. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. CV. Rajawali. Jakarta.
- Murphy, K.R., & Davidshofer, C.O. (2005). *Psychological Testing, Principles and Applications sixth Edition*. New Jersey: Pearson Education International.
- Mohr, L. A., Webb, D. J., & Harris, K. E. 2001. *Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. Journal of Consumer Affairs, 35(1), 45-72.*
- Mowen, J dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi Kelima*. Erlangga, Jakarta.
- Notoatmodjo, S, 2003, *Pengantar Pendidikan Kesehatan dan Ilmu Perilaku Kesehatan*, Rineke Cipta Jakarta.
- Oliver, Richard L., 1999, "Whence Consumer Loyalty", *Journal of Marketing, Volume 63 Special Issue*, pp. 33-44.
- Perner, L. 2010. Consumer behavior: the psychology of marketing, from <http://www.consumerpsychologist.com/>
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. *Perilaku konsumen dan strategi pemasarann*. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter J. Paul and Olson Jerry C. (2014). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Persepsian terhadap Loyalitas Konsumen Aqua di Purwokerto*. Seminar Nasional dan 2nd Call For Syariah Paper Accounting FEB UMS104
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Rahayuningsih S. U. 2008. *Psikologi Umum 2*. Jakarta: gunadarma.

- Rizan, Muhammad.,Dkk. 2012. Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro Di FoodCourt ITC Cempaka Mas, Jakarta Timur. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia.
- Rutoto, Sabar. 2007. Pengantar Metodologi Penelitian. FKIP: Universitas Muria.
- Sofyan, Mariyudi. 2017. Pengaruh CSR perusahaan terhadap citra merek dan loyalitas merek. Jurnal Siasat Bisnis: Vol. 21, No.1.
- Soetarno, R. 1994. Psikologi Sosial. Yogyakarta: Kanisius.
- Shwu-Ing Wu, Hsin-Feng Lin. 2014. *The Correlation of CSR and Consumer Behavior: A Study of Convenience Store. International Journal of Marketing Studies: Vol.6, No.6.*
- Sugiarti N. W. (2015) Pengaruh Persepsi Tentang *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan yang Dimediasi oleh Citra Merek. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 9.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2009. Pengantar Pengetahuan Pasar Modal. Edisi Keenam. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sari, Novi Nur Indah, Achmad Fauzi dan Sunarti. 2014. Pengaruh CSR Terhadap Citra (Survei pada Masyarakat yang Bekerja di Pabrik Gula Kebon Agung yang Bertempat Tinggal di Daerah Kebon Agung Malang). Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8. No. 2 Maret 2014.
- Salomnes G. de los, et al. 2007. *Understanding Corporate Social Responsibility and Product Perceptions in Consumer Markets: A Cross-cultural Evaluation.*
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for business* Edisi I and 2. Jakarta: Salemba Empat.
- So, J. T.; Andrew, G. P.; Yap, S. 2013. *"Corporate branding, emotional attachment and brand loyalty: The case of luxury fashion branding". Journal of Fashion Marketing and Management.*
- Sarlito, W. 1987. Teori-teori Psikologi Sosial. CV. Rajawali. Jakarta.

- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Multivariat Edisi Revisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sovani J. T, Dh Achmad Fauzi, dan Zainul Arifin. 2016. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Loyalitas Merek (Survei pada Masyarakat Sekitar PT. Tirta Investama, Desa Keboncandi, Kecamatan Gondang Wetan, Kabupaten Pasuruan). *E-Journal: Universitas Brawijaya*, Vol 10, No 1.
- Stainback, Susan. 1988. *Understanding & Conducting Qualitative Research*, Kendall/Hunt Publishing Company, Dubuque, Iowa.
- Sunjoyo, Roni Setiawan, Verani Carolina, Nonie Magdalena, dan Albert Kurniawan. 2013. *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Tingkir, C. F. 2014. Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Pemasaran Petra*: Vol.8, No.2.
- Top Brand Award: [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2) dan [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2)
- Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon. 2015. *Social Media Marketing*. Sage Publishing.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Grafika Offset.
- Yogaswara, Reza. 2004. *Respon Peternak Sapi Perah Terhadap Teknologi Inseminasi Buatan*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Yusrilianda, A. 2013. *Mengukur Pengaruh Program CSR Terhadap Citra Perusahaan*. Bandung: Telkom University.
- Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika: Pengantar dan aplikasinya*, Ekonosia, Jakarta.
- Wikipedia: [https://en.wikipedia.org/wiki/Emotional\\_branding](https://en.wikipedia.org/wiki/Emotional_branding)