

## DAFTAR PUSTAKA

1. Kotler, P. & Nancy, L. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company & Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
2. Elkington, J. (1998) *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
3. Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R and D*. Bandung: Alfabeta.
4. Bertens, K. (2000). *Pengantar Etika Bisnis*. Edisi Keenam, Yogyakarta: Kanisius.
5. Suharyanti. (2017). Urgensi Penerapan CSR dalam Meningkatkan Komitmen Organisasi (Studi Kasus pada Sektor Industri Perbankan. *Jurnal Communication Spectrum*, 7(2). 106-130. DOI : [10.36782/jcs.v7i2.1778](https://doi.org/10.36782/jcs.v7i2.1778)
6. Harni, D. & Azis, E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan PT. Bank Danamon Indonesia Tbk. *Jurnal Wacana Ekonomi*. 17(3). E-ISSN: 2715-517X.
7. Naufalia, V. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan di PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. *Jurnal Utilitas*. 2(2). E-ISSN: 2714-6588.
8. Yunatan, C.N. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan Alfamart. *Jurnal E-Komunikasi*. 4(1).
9. Nurtjahyani, F. & Amelia, M (2017). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) terhadap Citra Perusahaan pada PT. Duta Putri Bersaudara Purwosari Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Bisnis*.3(1).
10. Opatha, M. (2015). Definitions of Brand Image. *Journal of Brand Image*.
11. Balmer, J. (2001). Corporate Identity, Corporate Branding and Corporate Marketing : Seeing Through the Fog (Corporate Identity, Corporate Brand, Corporate Communications, Corporate Marketing, Corporate Image, Corporate Reputation, Integrating Corporate Identity, Corporate Brand, Corporate Communication, Corporate Image, Corporate Reputation). *European Journal of Marketing*. 35. 248-291. DOI 10.1108/03090560110694763.

12. Kasmirudin, Rajagukguk, R. J. (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel (Kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru). *Researchgate*.
13. Rosilawati, Y. (2008). Employee Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasi Citra Merek. *Researchgate*.
14. Setiawan, R. & Suryani, T. (2015). Citra Merek, Bintang Iklan, dan Kesadaran Merek: Cukup Kuatkah dalam Mempengaruhi Intensi Pembelian Kecap Manis ABC di Surabaya. *Journal of Business and Banking*. 4. 177. 10.14414/jbb.v4i2.370.
15. Hakim, M. & Faizah, N. (2018). Analisis Strategi Differensiasi Citra Perusahaan dalam Pemasaran Sebagai Upaya Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing ( Studi Pada PT. Ar Tour & Travel). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. 5. 383. 10.21043/bisnis.v5i2.3020.
16. Spector, A. J. (1961) Basic Dimensions of the Corporate Image. 25(6). 47-51. <https://doi.org/10.1177/002224296102500608>
17. Enda, S., Mulyana, A. & Alfitri. (2016) Implementasi Program CSR Lingkungan PT.Semen Baturaja (Persero) Tbk terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Ogan Komering Ulu Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*. 13. 42. 10.14710/jil.13.1.42-52.
18. Sufyati, H.S. (2018). Corporate Social Responsibility : Kajian Ekonomi Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*. 12. 119. 10.14421/jsr.v12i1.1312.
19. Hereyah, Y. & Hendra, P. (2019). Corporate Social Responsibility Program of BRI Peduli for Increasing the Image of PT Bank Rakyat Indonesia. *JCommsci - Journal of Media and Communication Science*. 1. 120. 10.29303/jcommsci.v1i3.51.
20. Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. 4. 497-506.
21. Martinuzzi, A., Schönherr, N. & Fidler, F. (2017). Exploring the interface of CSR and the Sustainable Development Goals. *Transnational Corporations*. 24. 33-47. 10.18356/cfb5b8b6-en.

22. Mustari, M. & Rahman, M. (2012). Pengantar Metode Penelitian. *Laksbang Pressindo Yogyakarta*. ISBN: 9789792685626
23. Agung, D. P. (2011). Analisis Pengaruh Pelayanan dan Nilai yang Dirasakan Pelanggan Outlet terhadap Kinerja Selling-In Produk Fren (Studi pada Outlet Seluler PT. Mobile-8 Telecom Tbk Area Salatiga). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 10(2). 170-201.
24. Undang-undang No. 40 Tahun 2007
25. Kembali Dua Program CSR SHARP Boyong Penghargaan Nusantara CSR Awards 2018. (2018, Oktober 17). <https://id.sharp/news/kembali-dua-program-csr-sharp-boyong-penghargaan-nusantara-csr-awards-2018>
26. Kepedulian Sosial dan Lingkungan Sharp Indonesia Sabet Dua Penghargaan. (2019, September 20). <https://id.sharp/news/kepedulian-sosial-dan-lingkungan-sharp-indonesia-sabet-dua-penghargaan>
27. Program CSR SHARP, Raih Nusantara CSR Awards 2020 (2020, Oktober 24). <https://rmco.id/baca-berita/etalase-bisnis/52090/program-csr-sharp-raih-nusantara-csr-awards-2020#:~:text=Dalam%20pelaksanaannya%2C%20SHARP%20melakukan%20serangkaian,merawat%20pasien%20penderita%20Covid%2D19>