

DAFTAR PUSTAKA

- Afrida, A., & Febriani, R. (2021). Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah Padang). *Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review*, 12(2), 206–216.
<https://doi.org/10.36975/Jeb.V12i2.330>
- Anatan, L. (2009). Corporate Social Responsibility (Csr): Tinjauan Teoritis Dan Praktik Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 8(2), 66–77.
<https://doi.org/10.28932/Jmm.V8i2.192>
- Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12–23. <https://doi.org/10.38043/Jmb.V17i1.2339>
- Aryska, M., & Kasmirudin, K. (2017). *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru)* (Nomor 1) [Journal: Earticle, Riau University]. <https://www.neliti.com/publications/123831/>
- Buddy, Tabroni, & Salim, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Travel Umroh Dan Haji Di Jakarta Timur). *Ekobisman-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 110–125. <https://doi.org/10.35814/Jeko.V4i2.1058>
- Fianto, A. Y. A., Hadiwidjojo, D., Aisjah, S., & Solimun, S. (2014). The Influence Of Brand Image On Purchase Behaviour Through Brand Trust. *Business Management And Strategy*, 5(2), 58–67.
<https://doi.org/10.5296/Bms.V5i2.6003>
- Gunawan, B. (T.T.). *Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan*. 7, 12.
- Ibrohim, M. R. (2019). *Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2019*. 113.

- Le Minerale Hidupkan Gerakan Ekonomi Sirkular Di Pulau Komodo.* (T.T.).
Warta Ekonomi. Diambil 20 Juni 2022, Dari
[Https://Wartaekonomi.Co.Id/Read307823/Le-Minerale-Hidupkan-Gerakan-Ekonomi-Sirkular-Di-Pulau-Komodo](https://Wartaekonomi.Co.Id/Read307823/Le-Minerale-Hidupkan-Gerakan-Ekonomi-Sirkular-Di-Pulau-Komodo)
- Leki, R. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Penjualan Dan Biaya Operasional Perusahaan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011. *Business Accounting Review*, 1(2), 329–341.
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate Social Responsibility (Csr): *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 11.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61–66. <https://doi.org/10.24198/Focus.V2i1.23119>
- Nugroho, M. N., & Yulianto, A. (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Csr Perusahaan Terdaftar Jii 2011-2013. *Accounting Analysis Journal*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.15294/Aaj.V4i1.7829>
- Pertami, N. P. A. P., & Setiawan, P. Y. (2017). *Pengaruh Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Produk Spa Bali Tangi* [Phd Thesis]. Udayana University.
- Pitpreecha, R. (2013). Corporate Reputation In Thailand: An Analysis Of Indicators. *Journal Of Public Relations And Advertising*, 6(1), 1–16.
- Rahmatussani, A. M., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Peningkatan Brand Image, Corporate Reputation Serta Customer Loyalty Pada Bankaltimtara. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(2), Article 2. <https://doi.org/10.35794/Jmbi.V7i3.31158>
- Rayani, R. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Brand Image Bank Muamalat Kota Palopo* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palopo]. <http://repository.Umpalopo.Ac.Id/2055/>
- Rizani, M. D. (2010). Rendahnya Tingkat Pelayanan Air Bersih Bagi Masyarakat (Baca: Masyarakat Miskin) Kota Semarang. *Vol*, 5, 88–100.

- Romadhoni, M. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fik Uny Oleh*.
- Sandy, M. K., Paseleng, M. C., & Mayopu, R. G. (2020). Pengaruh Efektivitas Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Aspek Environmenal Sustainability Terhadap Reputasi Perusahaan Grand Hyatt Bali (Pt Wyncor Bali). *Jurnal Signal*, 8(1), 1–14.
- Saputra, I. G. P. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2017). *Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Corporate Reputation (Nomor 1) [Journal:Earticle, Universitas Udayana]*.
<https://www.neliti.com/id/publications/254777/>
- Sarah, Y., & Sutar, S. (2020). Pengaruh Green Marketing, Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 33–47.
<https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.30>
- Simamora, V., & Celeste, C. (2017). Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Galon Merek Aqua Di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara). *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 2(2), 24–36.
<https://doi.org/10.52447/jam.v2i2.930>
- Sumatriani, S., Pane, D., & Kamaruddin, N. (2021). Peranan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Pada Pt Semen Tonasa. *Journal Of Business Administration (Jba)*, 1(1), 15–36.
<https://doi.org/10.31963/jba.v1i1.2677>
- Syah, T. Y. R. (2013). *Perbedaan Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Di Pasar Bisnis*. 4, 18.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). *Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta*. 9, 11.

- Vegawati, S. M. (2015). *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga Di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang)* [Phd Thesis]. Brawijaya University.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (T.T.). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu. 5.*
- Warsita, M., & Indriastuti, H. (2021). The Influence Of Corporate Social Responsibility Towards Brand Image And Corporate Reputation On The Study Of The Body Shop" Forever Againts Animal Testing" Campaign. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research (Ijebar)*, 5(2).
- Wood, L. (2000). Brands And Brand Equity: Definition And Management. *Management Decision*, 38(9), 662–669.
<https://doi.org/10.1108/00251740010379100>