

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W dan Jogyianto Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Abdullah, M., Hamzah, N., Ali, M. H., LangTseng, M., & Brander, M. (2020). The Southeast Asian Haze : the quality of environmental disclosures and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 246.
- Adi, Pramono Hari. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Sudirman, Purwokerto. 2015.
- Agmeka, F., Wathoni, R. N., & Santoso, A. S. (2019). The influence of discount framing towards brand reputation and brand image on purchase intention and actual behaviour in e-commerce. *Procedia Computer Science*, 161, 851–858.
- Angela dan Yudianti, F.N. (2015). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Finansial dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi 18*. Medan 16-19 September.
- Angelina, Martha dan Enggar Nursasi (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, Vol. 14, No. 2, Desember 2021.
- Arsyad, Muh Rezky Pangeran Syafar (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *SEIKO : Journal of Management & Business*. Volume 6 Issue 1 (2023) Pages 367 – 381.
- Annisa Eka Syafrina (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Eksplanatif Persepsi Masyarakat RT 10 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung terhadap Kegiatan Bank Sampah Kerabat Pulo Kambing). *Jurnal Komunikasi, Masyarakat dan Keamanan (KOMASKAM)* Volume 3 No 1 Tahun 2021.
- Azheri, Busyra. (2012). *Corporate Social Responsibility: dari voluntary menjadi mandatory*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bayoud, N.S., & Kavanagh, M. (2012). Corporate social responsibility disclosure: evidence from Lybian managers. *Global Journal of Business Research*, 6, 73-83.
- Buddy, Tabroni, Fahrudin Salim (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). *Jurnal Ekonomi Bisinis Dan Manajemen* Vol 4 No 2 Desember 2019 E-ISSN : 2597-3902.

- Budiman, John, Sihite, Mombang, Zulkifli. (2022), Strategi Kepuasan Pelanggan Corporate Untuk Meningkatkan Reputasi Perusahaan PT. Moratelindo. Vol 7 No 1 (2022): *Jurnal Ekobisman* Volume 7 No1 Agustus 2022.
- Busyra Azheri, (2012). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), hal. 35
- Chalençon, L., A. Colovic, O. Lamotte, dan U. Mayrhofer. (2017). Reputation, eReputation, and Value-Creation of Mergers and Acquisitions. *International Studies of Management & Organization* 47(1): 4-22.
- Daromes, Fransiskus E. dan Medeleen Florencia Kawilarang (2020). Peran Pengungkapan Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.14No.1 April 2020 : 77 -101.
- Donaldson, T., dan Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of The Corporation: Concepts, Evidence and Implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Effendi, Bahtiar (2019). Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus pada PT. Krakatau Steel, Tbk. di Kota Cilegon). Frima 2019.
- Fahmi, Irham. (2010). *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi. 2. Yogyakarta: Andi.
- Feldman, P.M., & Vasquez-Parraga, A.Z. (2013). Consumer social responses to CSR initiatives versus corporate abilities. *Journal of Consumer Marketing*, 30, 100 – 111.
- Fombrun, C. J., L. J. Ponzi, dan W. Newburry. (2015). Stakeholder Tracking and Analysis: The RepTrak® System for Measuring Corporate Reputation. *Corporate Reputation Review* 18(1): 3-24.
- Gănescu, Cristina Dan Laura Dindire (2014). Corporate environmental responsibility – a key determinant of corporate reputation. *CMSS - Vol. Ii, Issue 1/2014*
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* Edisi 4. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gray, R., (2005), Taking a Long View on What We Now Know About Social and Environmental Accountability and Reporting . *Electronic Journal of Radical Organisation Theory*, Vol.9, pp.1-31.
- Gray, E. R., & Balmer, J. M. T. (1998). Managing Corporate Image and Corporate Reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695–702. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)00074-0](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)00074-0)
- Geller, G. (2014). A Review and Critique on the Relation between Corporate Reputation, Value Creation and Firm Performance. *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade* 3(1).
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Hamed M. Shamma (2012). Toward a Comprehensive Understanding of Corporate Reputation: Concept, Measurement and Implications. *International Journal of Business and Management*; Vol. 7, No. 16; 2012.
- Hasan, Rashedul and Yun, Tee Mei. 2017. Theoretical linkage between corporate social responsibility and corporate reputation. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 1(2), 80 – 89.
- Hall Jr., E. H., & Lee, J. (2014). Assessing the Impact of Firm Reputation on Performance: An International Point of View. *International Business Research*, 7(12), 1. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n12p>.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing. *New Challenges to International Marketing Advances in International Marketing*, 20, 277–319.
- Hill, Charles W. L. dan Thomas M. Jones (1992). Stakeholder-Agency Theory. *Journal of Management Studies* 29:2 March 1992.
- Hilya Nafi Husna dan Provita Wijayanti (2020). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 3 TAHUN 2020*.
- Humanitisri, Nindya dan Imam Ghozali. (2018). Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi, Dan Visibilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara CSR Dengan Reputasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 7, Nomor 4, Tahun 2018.
- Husna, Hilya Nafi dan Provita Wijayanti (2015). Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Kinerja Keuangan. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 3*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Husnaini, Wahidatul, Elin Erlina Sasanti, Susi Retna Cahyaningtyas. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan. *JAM*. Vol.2, No. 2, April 2018.
- Husted, B. W., & Allen, D. B. (2007). Strategic Corporate Social Responsibility and Value Creation among Large Firms: Lessons from the Spanish Experience. *Long Range Planning*, 40(6), 594–610.
- Irawan, D., E. Bastian, dan I. A. Hanifah. (2019). Knowledge Sharing, Organizational Culture, Intellectual Capital, and Organizational Performance. *Journal of Accounting and Investment* 20(3): 267-282.
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kamilullah, Jihad, Ari Kusyanti dan Himawat Aryadita. (2018). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk di Toko XYZ. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* Vol. 2, No. 7, Juli 2018, hlm. 2660-2669.

- Kasan Mulyono (2015). Pengaruh CSR Terhadap Reputasi Dan Kinerja Dengan Activist Targeting Sebagai Variabel Moderator Pada Perusahaan Pertambangan Di Indonesia. *Jurnal EKSEKUTIF* Volume 12 No. 1 Juni 2015.
- Kotler dan Keller. (2014). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility : Doing the. Most Good for Your Company and Your Cause*, New Jersey: John Willey and Sons
- Kristi, Dian dan Mutiara Tresna Parasetya. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Pelaporan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan yang Termasuk dalam Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 10, Nomor 4, Tahun 2021, Halaman 1-15.
- Kuldeep Singh dan Madhvendra Misra (2021). Linking Corporate Social Responsibility (CSR) and Organizational Performance: the moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics* 27 (2021)
- Khojastehpour, Morteza and Johns, Raechel (2014). The effect of environmental CSR issues on corporate/brand reputation and corporate profitability. *European Business Review*, Vol. 26 Issue: 4, pp.330-339, <https://doi.org/10.1108/EBR-03-2014-0029>
- Lako, Andreas. (2011). *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher H, Wirtz, Jochen, & Chew, Patricia. (2020). 2nd Edition. *Essentials of Services Marketing*. Singapore: Prentice Hall.
- Nagib Salem Bayoud, Marie Kavanagh dan Geoff Slaughter (2012). Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Reputation in Developing Countries: The Case of Libya. *Journal of Business and Policy Research* Vol. 7. No. 1. April 2012 Special Issue. Pp. 131 – 160.
- Oemar, Usailan dan Zulpaidah. (2016). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada PT. Kirana Musi Persada. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 6 No. 1 Des 2016.
- Oktina, Dina Anggresa, Eka Septiana Sari, Intan Angelina Sunardi, Laili Nurul Hanifah, Vicky F Sanjaya. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Kompetensi*, Vol 14, No 2, Oktober 2020.
- O'Donovan (2002). Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.15, No.3,pp.344-371.

- Park, J., Lee, H., & Kim, C. (2014). Corporate Social Responsibilities, Consumer Trust and Corporate Reputation: South Korean Consumers' Perspectives. *Journal of Business Research*, 67(3), 295–302. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.05.016>
- Pasolong, Harbani. (2010). *Teori Administrasi Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Pérez, Jorge Sierra, Jorge Grenha Teixeira, Carlos Romero-Piqueras, Lia Patrício. (2015). Designing sustainable services with the ECO-Service design method: Bridging user experience with environmental performance. *Journal of Cleaner Production*. Volume 305.
- Permana, Virgiawan Aditya. (2012). Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Karakteristik Perusahaan terhadap CSR Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI). *Diponegoro Journal of Accounting*, Volume 1 Nomor 2 Hal 1-12.
- Pramono Hari Adi (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 2015 - jp.feb.unsoed.ac.id.
- Rahmadhani, Sari dan Dini Meylani (2016). Pengaruh Eco-Control Terhadap CSR Disclosure Dan Financial Performance Dengan Environmental Performance Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Dinmika Ekonomi dan Bisnis* Vol 13 No 1 Tahun 2016.
- Riadi Edi (2018). *Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*, Yogyakarta: Andi
- Riyanti , Zikra Supri , Sultan (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan. *Accountia Journal (Accounting Trusted, Inspiring, Authentic Journal)* Vol.5, No.2, Oktober 2021, pp. 164-174.
- Sandy, Melinda Kurnia, Mila Chrismawati Paseleng, Richard G. Mayopu. (2020). Pengaruh Efektivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Aspek Environmental Sustainability Terhadap Reputasi Perusahaan Grand Hyatt Bali (PT Wyncor Bali). *Jurnal Signal* Volume 8, No. 1, Januari 2020, hlm 01-88| Ilmu Komunikasi – FISIP.
- Saktiani, Garnis Anggi (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 4, No. 2 (2015).
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Sholihin, Mahfud, dan Dwi Ratmono. (2013). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suaidah, Yuniep Mujati dan Citra Ayuprilia Kartini Putri. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan., *JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*. Vol. 3 No. 2, Juli (2020) - Desember (2020).
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

- Suhadi, Antoniu, AR. Febrian, dan Sri Turatmiyah. (2014). Model Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Tambang Batubara Di Kabupaten Lahat Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Dinamika Hukum* Vol. 14 No. 1 Januari 2014.
- Tahu, Gregorius Paulus. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Pengungkapan Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*. Vol. 14. No. 1. 28 Februari 2019 ISSN 1978-6069.
- Tischer, S., & Hildebrandt, L. (2014). Linking Corporate Reputation and Shareholder Value Using the Publication of Reputation Rankings. *Journal of Business Research*, 67(5), 1007–1017. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.08.007>
- Unerman, J. (2008). Strategic reputation risk management and corporate social responsibility reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21, 362-364.
- Yusdantara, I Kadek dan Gede Bayu Rahanatha (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Coca Cola Amatil Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 2015: 813-831 ISSN : 2302-8912
- Wahidatul Husnaini, Elin Erlina Sasanti, Susi Retna Cahyaningtyas (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan. *JAM* Vol.2,No. 2, April 2018.
- Waluyo, M. (2016). *Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi. (SEM)*. UPN VETERAN Jawa Timur.