

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sri Rejeki Natsir Dian dan Mustika Sufiati Purwanegara. 2010. "Pengaruh Dimensi Etika terhadap Sikap Konsumen pada Viral STEALTH Marketing" dalam *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol.9, No. 2, h. 226-245.
- Aaker, D.A.1997. *Manajemen Ekuitas Merek: Manfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Aditya Risky dan Setyo Pantawis. 2011. " Pengaruh Citra dan Sikap Merek terhadap Ekuitas Merek" *Jurnal Sosial Ekonomi*. Vol. 7 No. 2 h. 181-196, November
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Achmad Rifqi Husni. 2010. "Analisis Pengaruh *Brand Awarness Branad Attitude Handphoe Merek Nokia*" *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegor*, Semarang.
- Alex Wang. 2009. " Perception of Corporate Social Responsibility Practice on Mobile Phone Company" *International Journal of Mobile Marketing*, Vol. 4, No. 1, p. 62-68.
- Almisar Hamid. 2007. " Memahami Kebijakan Pemerintah Soal Tanggng Jawab SosialPerusahaan." <http://www.depsos.go.id/modules.php?name=News&file=print&sid=50>. Diakses 29 Mei 2012.
- Damardi Duriant, Sugiarto, dan Budiman, Lie Joko. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: Gramedia
- Dennis A. Pitta dan Lea Prevel Katsanis, (1995) "Understanding brand equity for successful brand extension", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12 Issn: 4, pp.51 - 64
- Djarwanto. 1993. *Metode Penelitian*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Endah Pri Ariningsih. 2009. "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Pada Pembentukan *Brand Equity*" dalam *Jurnal Universitas Muhamadiyah Purworejo*. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/view/43>
- Engel, James, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta: Bina Aksara.

- Gibson, James. 1990. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 1997. *Statistik*. Yogyakarta: Andi.
- Herbad, Amy J. and Wendy S. Cobrda. 2009. “ The Corporate Reality of Consumer Perceptions: Bringin the Consumer Perspective to CSR Reporting” *GreenBiz Report*.
- Howard, John A. 1994. *Consumer Behavior in Marketing Strategy*. New Jersey: Prentice Hall, Inc..
- Imam Ghozali. 2005. *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*, BP Undip Semarang.
- Jalal. 2008. “CSR industri Rokok?” dalam *Lingkar Studi CSR*, 4 Desember, <http://csrindonesia.com/data/articles/>. Diakses tanggal 3 Agustus 2012.
- Konsep CSR, [www.http://www.lptti.com/csr.html](http://www.lptti.com/csr.html)
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, philip and Lee N. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: john Wiley & Son.
- Kurniawan Widyatama Adiputra. 2011. “Analisis Pengaruh Faktor Harga Produk, Efek Komunitas dan kualitas Prouk Terhadap *Brand Awariness* Untuk Meningkatkan *Brand Attitude*” *Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Moisescu, Ovidiu Ioan. 2009. “ The Importance Brand Awariness n Consumer Buying and Preceived Risk Assrsment” *Journal Management and Marketing*. Vol. VII No.1 p. 103-110, November
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Perdana Media.
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*; alih bahasa, Sihombing, Damos, Jakarta: Erlangga.
- Reza Rahman. 2009. *Corporate Social Responsibility, Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta: Med Press.
- Setiawan. 2012. “ Strategi Djarum Membangun Reputasi Merek” *MIX*, Maret 2012, h. 72
- Semuel Hatane dan Elianto Wijaya. 2008. “Corporate Social Responsibility, Purchase Intention, dan Corporate Image pada Restoran

- Surabaya dari Prespektif Pelanggan” *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 3. No. 1, h. 35-54
- Sen, Sankar and Bhattacharya C.B.. 2004. “Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumer Respon to Corporate Social Responsibility” *California Management Review*, Vol.47, No.1, p. 9-24.
- Stephen P. Robbins. 1998. *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Sevilla, C. G., et all. 1993. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Jakarta: Gramedia
- Suherman Kusniaji. 2011. “Mengkomunikasikan Program *Corporate Social Responsibility* untuk Meningkatkan Citra Perusahaan” dalam *jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*. Tahun III/01/2011, h. 55-63
- Supranto. J.. 2003. *Metode Riset. Edisi 7*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ujang Sumarwan. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Uma Sekaran,. 2006. *Research Methods For Business : Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Buku 2. Salemba Empat : Jakarta.
- Villpo,Tina and Kristy Lindberg Repo. 2011. “ Corporate Brand Repositioning with CSR as The Differentiating Factor: A Study on Consumer Perceptions” *Hanken School of Economic Working Paper*.
- Virvilaite, Regina dan Ugne Daubaraitė. 2011. “*Corporate Social Responsibility in Forming Corporte Image*”, <http://dx.doi.org/10.5755/j01.ee.22.5.972> diakses 28 Mei 2012.
- Widayat & Amirullah, 2002, *Riset Bisnis*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- <http://www.djarumfoundation.org/>
- <http://www.topbrand-award.com>