



DAFTAR PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KGI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Abdurrahman, Nana H. (2015), *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia.

Adi, Pramono Hari (2015), *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan*, Proceeding Seminar Nasional & Call for Papers (SCA 5): 2015, Vol 5, No 1, pp. 3-5.

Bank Negara Indonesia, Analyst Meeting Financial Performance 3Q-2016, diakses 16 November 2016, <http://www.bni.co.id/Portals/0/Hub-inv/CORPRES%20BBNI%20AM%203Q%202016%20Final.pdf>

_____, CSR BNI Berbagi, diakses 15 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/corporatesocialresponsibility/bniberbagi.aspx>

_____, CSR BNI Go Green, diakses 15 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/corporatesocialresponsibility/bnigogreen.aspx>

_____, CSR BNI Program Kemitraan, diakses 15 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/corporatesocialresponsibility/programkemitraan.aspx>

_____, CSR KAMI Bersama BNI, diakses 31 Januari 2017, <http://kamibersama.bni.co.id/>

_____, CSR Kampoeng BNI, diakses 15 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/corporatesocialresponsibility/kampoengbni.aspx>

_____, Laporan Keuangan Program Kemitraan Bina Lingkungan BNI Desember 2015, diakses 4 Oktober 2016, http://www.bni.co.id/Portals/0/Hub-inv/220216_Financial-Statements-PKBL-1215.pdf

_____, Laporan Keuangan Program Kemitraan Bina Lingkungan BNI Desember 2014, diakses 4 Oktober 2016, http://www.bni.co.id/Portals/0/Hub-inv/220216_Financial-Statements-PKBL-1214.pdf

_____, Laporan Tahunan 2015, diakses 3 Oktober 2016, [http://www.bni.co.id/Portals/0/Hub-inv/\[BNI\]%20AR%202015_Indonesia%20Version.pdf](http://www.bni.co.id/Portals/0/Hub-inv/[BNI]%20AR%202015_Indonesia%20Version.pdf)

_____, Sejarah BNI, diakses 14 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/sejarah.aspx>

_____, Visi Misi BNI, diakses 14 November 2016, <http://www.bni.co.id/id-id/tentangkami/visimisi.aspx>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keller, Kevin L. (2013), *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Edisi 4, Global Edition, USA: Pearson.

Kerin, Roger A. dan Robert A. Peterson (2015), *Pemasaran Strategis Kasus dan Komentar*, Edisi Kesebelas, Jilid I, Terjemahan oleh Nina Kurnia Dewi, Jakarta, Penerbit Indeks.

Khan, Majid, Abdul Majid, Muhammad Yasir, & Muhammad Arshad (2013), *Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation: A Case of Cement Industry in Pakistan*, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 5, No. 1, p.849.

Kim, Hanna, Won M. Hur, & Junsang Yeo (2015), *Corporate Brand Trust as a Mediator in the Relationship between Consumer Perception of CSR, Corporate Hypocrisy, and Corporate Reputation*, *Journal Sustainability*, Vol.7, p.3683-3694.

Knowles, Graeme (2011), *Quality Management*, bookboon.com.

Kolah, Ardi (2016), *Guru In A Bottle: Pemasaran Berdampak Tinggi yang Memberikan Hasil*, *Strategis Kasus dan Komentar*, Terjemahan oleh Sartika Kutniali dan Aisyah Indriana, Jakarta, Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi 15, Global Edition, USA: Pearson.

Lai, Chi S., Chih J. Chiu, Chin F. Yang, & Da C. Pai (2010), *The Effect Of Corporate Social Responsibility on Brand Performance: The Mediating Effect Of Industrial Brand Equity and Corporate Reputation*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 95, p.457-469.

Laksana, Wijaya (2012), Tesis: *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membentuk Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Program Pendidikan di PT Pupuk Kalimantan Timur)*, Universitas Indonesia (Dipublikasikan).

Li, Yongqiang, Xuehua Wang, & Zhilin Yang (2011), *The Effects of Corporate Brand Credibility, Perceived Corporate Brand Origin, and Self Image Congruence on Purchase Intention: Evidence From China's Auto Industry*, *Journal of Global Marketing*, Vol. 24, p.58-61.

Logo BNI, diakses 13 November 2016, https://upload.wikimedia.org/wikipedia/id/5/55/BNI_logo.svg

Mardikanto, Totok (2014), *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, Bandung: Alfabeta.

Pfau, Michael, Michel M. Haigh, Jeanetta Sims, & Shelley Wigley (2008), *The Influence of Corporate Social Responsibility Campaigns on Public Opinion*, *Corporate Reputation Review*, Vol. 11, No. 2, p.148.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menghantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Polychronidou, Persefoni, Evanthia Ioannidou, Anagnostis Kipouros, Lambros Tsourgiannis, & Georg F. Simet (2014), *Corporate Social Responsibility In Greek Banking Sector-An Empirical Search*, *Procedia Economics and Finance*, Vol.9, p.199.

Prajogo, Michael Saputra (2015), *Pengaruh CSR Terhadap Corporate Reputation Dan Brand Equity Melalui Media Parsial Oleh Customer Satisfaction Pada Bank Mandiri Di Surabaya*, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 4, No. 1.

Pratama, Gede Wibi S. dan I Nyoman Nurcaya (2016), *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Ekuitas Merek Yang Dimediasi Oleh Citra Perusahaan*, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 7, p.4264.

Purwanto, Didik, *Ciptakan Lapangan Kerja, BNI Terbaik se-Asia Tenggara*, diakses 3 Oktober 2016, <http://nasional.kompas.com/read/2012/11/18/10011399/Ciptakan.Lapangan.Kerja..BNI.Terbaik.se.Asia.Tenggara--bisniskeuangan>

Republik Indonesia. 1998. *Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 Pasal 3 Tentang Perbankan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998, No. 182. Sekretariat Negara. Jakarta.

_____. 2007. *Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007, No. 106. Sekretariat Negara. Jakarta.

Roper Stuart dan Chris Fill (2012), *Corporate Reputation Brand and Communication*, Italy: Pearson.

Rudito, Bambang dan Melia Famiola (2013), *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Bandung: Rekayasa Sains.

Sallam, Methaq Ahmed (2015), *The Effects Of Brand Credibility On Customers' WOM Communication: The Mediating Role Of Brand Commitment*, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 4, No. 9, p.167.

Saputro, Guntur Mahendro (2015), *Skripsi: Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Purchase Intention Laptop Acer Di Ponorogo*, Universitas Negeri Yogyakarta (Dipublikasikan).

Silalahi, Irfan Azmi, *Harusnya CSR BNI Jangan Dilaksanakan di Hari Kerja*, diakses 2 Oktober 2016, <http://medan.tribunnews.com/2011/06/21/harusnya-csr-bni-jangan-dilaksanakan-di-hari-kerja>

Spry, Amanda, Ravi Pappu, & T. Bettina Cornwell (2011), *Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity*, *European Journal of Marketing*, Vol. 45, No. 6, p.885.

Ulum Bahrul, Zainul Arifin, & Dahlan Fanani (2014), *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo)*, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (Insstitusi dan Hak Cipta Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Urip, Sri (2014), *Strategi CSR Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk Peningkatan Daya Saing Perusahaan di Pasar Negara Berkembang*, Terjemahan oleh Merina Purbo, Tangerang, Penerbit Literati Imprint.

Wiener, Gabriele Faber, 2013, 'From Reputation Management to Credibility Management', Article presented at *International CSR Communication Conference: 2013*, pp.18, diakses 14 November 2016, responsible-management.at/wp-content/uploads/Reputation-vs.-Credibility-Management-Faber-Wiener.pdf

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

