



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: The Free Press.
- Abdillah, Willy dan Jogiyanto HM (2015), *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- 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.
- Adidas. *Jangan Curangi Lingkungan*, diakses 31 Januari 2017, <http://www.hijauku.com/2014/05/21/adidas-jangan-curangi-lingkungan/>
- Adidas Group, Adidas Annual Report 2016, diakses 15 April 2017, [http://www.adidas-group.com/media/filer\\_public/a3/fb/a3fb7068-c556-4a24-8eea-cc00951a1061/2016\\_eng\\_gb.pdf](http://www.adidas-group.com/media/filer_public/a3/fb/a3fb7068-c556-4a24-8eea-cc00951a1061/2016_eng_gb.pdf)
- \_\_\_\_\_, Laporan Sustainability Report Adidas 2015, diakses 1 Februari 2017, [http://www.adidas-group.com/media/filer\\_public/9c/f3/9cf3db44-b703-4cd0-98c5-28413f272aac/2015\\_sustainability\\_progress\\_report.pdf](http://www.adidas-group.com/media/filer_public/9c/f3/9cf3db44-b703-4cd0-98c5-28413f272aac/2015_sustainability_progress_report.pdf)
- \_\_\_\_\_, Laporan Sustainability Report Adidas 2016, diakses 14 April 2017, [http://www.adidas-group.com/media/filer\\_public/08/7b/087bf055-d8d1-43e3-8adc-7672f2760d9b/2016\\_adidas\\_sustainability\\_progress\\_report.pdf](http://www.adidas-group.com/media/filer_public/08/7b/087bf055-d8d1-43e3-8adc-7672f2760d9b/2016_adidas_sustainability_progress_report.pdf)
- \_\_\_\_\_, Penghargaan Adidas, diakses 31 Januari 2017, <http://www.adidas-group.com/en/sustainability/managing-sustainability/awards-recognition/>
- Affandi, Reza Alwan (2013), Skripsi: *Analisis Pengaruh Periklanan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan Dan Ekuitas Merek Dari Waroeng Group Di Yogyakarta*, Universitas Islam Indonesia (Dipublikasikan).
- Ariningsih, E. P. (2009). Reputasi dan Ekuitas. Dalam 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.
- Baker, Mallen (2003). Definisi CSR. Dalam Mardikanto, Totok (2014), *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, Bandung: Alfabeta.
- Berens, G., van Riel, & van Bruggen (2005), Du, S., C. B. Battacharya, & S. Sen (2010), dan Wagner, T., J. L. Richard, & A. W. Barton (2009). Pengukuran CSR. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate*

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan 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.



*Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.80.

Branco, M. C. dan L. L. Rodrigues (2006). Corporate Reputation. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.77.

Budimanta, Arif (2004). CSR. Dalam Mardikanto, Totok (2014), *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, Bandung: Alfabeta.

Chahal, H. dan R. D. Sharma (2006). CSR. Dalam 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. 3-4.

Chaudhuri, A. (2002). Brand Reputation and Brand Equity Link. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.79.

Chin, W. W. (1995). Construct Reliability. Dalam Abdillah, Willy dan Jogiyanto HM (2015), *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: CV Andi Offset.

Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi Kedua Belas, International Edition, New York: Mc Graw Hill Irwin.

CSR Adidas AG Ratings, diakses 31 Januari 2017, [https://www.csrhub.com/CSR\\_and\\_sustainability\\_information/adidas-AG](https://www.csrhub.com/CSR_and_sustainability_information/adidas-AG)

CSR Adidas, diakses 1 Februari 2017, <http://adidassportandfashion.blogspot.co.id/>

Fischer, Robin dan Anette Fredholm (2013), Tesis: *Brand Equity Effects of Different Types of CSR – A Quantitive Study of the Swedish Food Industry*, Stockholm School of Economics (Dipublikasikan).

Fombrun, C. J. (1996). Reputasi Perusahaan. Dalam Roper, Stuart dan Chris Fill (2012), *Corporate Reputation Brand and Communication*, Italy: Pearson.

Fombrun, C. dan M. Shanley (1990), Roberts, P. W. dan G. R. Dowling (2002). Reputasi Perusahaan. Dalam 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.461.

Galbreath, J. (2005). Corporate Reputation. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.79.

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.

© IBIKKG (Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie)



- Garberg, N. A. dan C. J. Fombrun (2006). Reputation Gain. Dalam 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.460.
- Ghozali, Imam dan Fuad (2008), *Structural Equation Modeling, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.80*, Edisi II, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godwin, Raz, *Adidas Progress Report – Great Pass but No Slam Dunk*, diakses 1 Februari 2017, <http://www.triplepundit.com/2012/05/adidas-2011-progress-report-shows-achievements-along-problems/>
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, & William C. Black (1998), *Multivariate Data Analysis*, Edisi 5, International Edition, USA: Prentice Hall.
- Halme, M. dan Laurila (2009). Philanthropy CSR. Dalam Fischer, Robin dan Anette Fredholm (2013), Tesis: *Brand Equity Effects of Different Types of CSR – A Quantitive Study of the Swedish Food Industry*, Stockholm School of Economics (Dipublikasikan).
- Hassan, Ghorbani, Seyedeh M. Abdollahi, & Mehdi Chini (2013), *An Empirical Investigation on the Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Equity within Perceived Service Quality Framework*, Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6, p.124.
- Hsu, K. (2012). Pengukuran Corporate Brand Equity. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.80.
- Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.75-86.
- Jones, R. (2005) dan Lai, Chi S., Chih J. Chiu, Chin F. Yang, & Da C. Pai (2010). Reputasi dan Ekuitas. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.79.
- Jones, R. (2005). Brand Equity. Dalam 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.460.
- Keller, Kevin L. (2000). Building and Managing Corporate Brand Equity. Dalam 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  
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.

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.

Lai, Chi S., Chih J. Chiu, Chin F. Yang, & Da C. Pai (2010). CSR, Corporate Brand Equity, dan Corporate Reputation. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.77-78.

Larkin, Judy (2003). Reputasi. Dalam Rihayana, Gede (2014), *Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Terhadap Hubungan Orientasi Pasar dan Corporate Social Responsibility Dengan Kinerja Bisnis (Study pada Industri Perbankan di Bali)*, Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol.19, No. 2.

Latan, Hengky (2012), *Structural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Menggunakan Program LISREL 8.80*, Bandung: Alfabeta.

Logo Adidas Baru, diakses 14 April 2017, <http://www.pngall.com/wp-content/uploads/2016/06/Adidas-Logo-PNG.png>

Logo Adidas Lama, diakses 14 April 2017, <http://www.pngall.com/wp-content/uploads/2016/06/Adidas-Logo-PNG-Image.png>

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

McWilliams, A., D. S. Siegel, & P. M. Wright (2006). CSR. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.77.

Melo, T. dan A. Garrido-Morgado (2012). CSR dan Corporate Reputation. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.77.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika 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.



Mukti, Catur, *Adidas Lanjutkan Program CSR-nya Untuk Pendidikan Anak-Anak*, diakses 14 April 2017, <http://www.dcentronews.com/berita-1678-adidas-lanjutkan-program-csrnya-untuk-pendidikan-anakanak.html>

Newbury, W. (2010). Pengukuran Corporate Reputation. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.80.

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.

Porter M. E. dan M. R. Kramer (2006). Manfaat CSR. Dalam Roper, Stuart dan Chris Fill (2012), *Corporate Reputation Brand and Communication*, Italy: Pearson.

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.

Raafan, Tanri, *6 Fakta Tersembunyi Slogan Sneakers Ternama!*, diakses 7 Mei 2017, <https://viral.kincir.com/hip/6-fakta-tersembunyi-slogan-sneakers-ternama>

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

Ricks, J. M. dan Williams (2005). Strategic Corporate Philanthropy. Dalam Fischer, Robin dan Anette Fredholm (2013), Tesis: *Brand Equity Effects of Different Types of CSR – A Quantitative Study of the Swedish Food Industry*, Stockholm School of Economics (Dipublikasikan).

Rihayana, Gede (2014), *Peran Mediasi Reputasi Perusahaan Terhadap Hubungan Orientasi Pasar dan Corporate Social Responsibility Dengan Kinerja Bisnis (Study pada Industri Perbankan di Bali)*, Jurnal Buletin Studi Ekonomi, Vol.19, No. 2.

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.

Sanchez, J. dan L. Sotorrio (2007). Corporate Reputation. Dalam 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.461.

Saputra, Hadi, *Mengenal Arti Logo Adidas dan Sejarahnya*, diakses 15 April 2017, <http://www.lyricsforweb.com/2016/11/23/mengenal-arti-logo-adidas-dan-sejarahnya/>

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sejarah Sepatu Adidas, diakses 31 Januari 2017, <http://www.sneakers.co.id/2017/01/06/sejarah-sepatu-adidas/>

Setya, Tryning Rahayu, *Profil Adidas*, diakses 14 April 2017, <https://profil.merdeka.com/mancanegara/a/adidas/>

Top Brand Award 2016 Fase 2, diakses 1 Februari 2017, [http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_2](http://www.topbrandaward.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_2)

Unip, 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.

Varadarajan, P. R. dan A. Menon (1998). CSR. Dalam 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.460.

Yoo, B. dan N. Donth (2001). Ekuitas Merek. Dalam Hur, Won M., Hanna Kim, & Jeong Woo (2014), *How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation*, Journal of Business Ethics, Vol. 125, p.78.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.