

DAFTAR PUSTAKA

- Agustyo Nugroho. (2019). Pengaruh Penerapan Progam *Corporate Social Responsibility* Dalam Membentuk *Brand Image* Serta Dampaknya Pada Minat Beli (Survei Pada Program Csr Pt. Amerta Indah Otsuka Di Hutan Malabar Malang, Malang: Repository Universitas Brawijay.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. Englewood Cliffs: NJ : Prentice Hall.
- Al-Qur'an Kementrian Agama Republik Indonesia dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/74?from=1&to=56>
- Balawera, A. (2013). Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik Di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2117-2129.
- Barru, A. (2019). , Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan, Minat Beli, Dan Loyalitas Konsumen. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1-25.
- Buchari A., D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Edisi Revisi*. Bandung: Alfa Beta.

- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ernawan, E. (2014). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility). *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 1-17.
- Fatmawati, N. (2017). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan* . Kediri: STAIN Kediri Press.
- Hadidu, A. (2013). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Citra Perusahaan Terhadap Pembelian Merek Aqua Pada PT Tirta Investama Cabang Makassar. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 513-518.
- Handayani, T., & Mulya, R. (2014). *Analisi Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Minat Pembelian Produk Tabungan Di Bank BNI Syraiah Depok dengan Citra Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi* *Jurnal EKONOMI DAN BISNIS*. Jakarta: UPN Veteran Jakarta.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creative.
- Irsan, I., Utama, M., Mutiari, Y. L., & Yanti, S. D. (2022). Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Program Corporate Social Responsibility (Csr) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Lubuk Batang Lama Kabupaten Ogan Komering Ulu Sumatera Selatan. *Jurnal Atma Inovasi*, 430-433.

- Juhairi, M. (2016). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19-29.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Daring: Aplikasi KBBI)
- Karimuddin Abdullah, e. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Kiki Dody P. (2020). Analisis *Corporate Sosial Responsibility* dan *Corporate Image* Terhadap *Purchase Intention* Pada Carrefour Surabaya Timur. *Skripsi UPN Veteran Jawa Timur*, 1-124
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia Buku Dua Edisi Pertama*. Yogyakarta: Salemba Empat.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Tangerang: Mitra Abisatya.
- Lasita, E. L., & Widodo, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Minat Beli konsumen Melalui Green Brand Sebagai Variabel Mediator pada PT. Nutrifood Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 3686-3699.
- Mardikanto, T. (2014). *Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Marthdhanna, A. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Merek dan Dampaknya pada Minat Beli Produk Nivea. *Skripsi Universitas Brawijaya*, 1-133.

- Mubarokh, M. D. (2021). Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar (Studi Pada Minuman “Segarr” Sari Nanas PT Putra Jaya Nanas Blitar),. *repository UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung*, 1-176.
- Muid, A., & Nurhadi, M. (2019). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Terhadap Niat Beli Dengan Mediasi Citra Merek Pada Produk Telkom. *Journal of Bussines and Banking*, 337-351.
- Nawawi, C. H. (2010). Pengaruh Layanan Internet Banking, Mobile Banking, dan Automatic Teller Machine Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri). *Skripsi Tidak Diterbitkan*, 1-143.
- Nita Rosita & Tahmat. (2021). Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tong Tji Tematik Di Supermarket Borma Dago dan Borma Cikutra, *Prosiding Seminar Sosial, Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik (SoBAT)*. 61-73
- Penyusun, T. (2018). *Metode Riset Untuk Bisnis & Manajemen*. Yogyakarta: Utamalab.
- Phamendyta Aldaning Azaria. (2022). Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Zolien Led Yang Dimoderasikan Teknologi Internet (Studi Pada Mahasiswa I Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta), (Jakarta: JESYA (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah). 2633-2644

- PT Putra Jaya Nanas. (2024). Beranda Segarr.id. Diakses pada 07 Januari 2024, dari <https://segarr.co.id/>
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 594-603.
- Riduwan, & Kuncoro, E. A. (2013). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Samuel, H., & Wijaya, E. (2008). Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image Pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 35-54.
- Santosa, V. P., & Ardiani, I. S. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Brand Image Pada Produk Tupperware. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1592-1616.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarah, Y., & Sutar. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Brand Image dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret Manggarai, Jakarta Selatan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Manajemen*, 33-47.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis, Edisi keempat*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiani, K. A., Prabawani, B., & Widayanto. (2016). Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dan Publisitas Media: Dampaknya terhadap Citra Perusahaan dan Minat Beli (Studi Kasus: Konsumen Aqua Kelas

- Menengah ke Atas di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 58-69.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sovani, J. T., Fauzi Dh, A., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek (Survei pada Masyarakat Sekitar PT. Tirta Investama, Desa Keboncandi, Kecamatan Gondang Wetan, Kabupaten Pasuruan). *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 24-33.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfa Beta.
- Suparyono. (2010). *Corporate Social Responsibility: Teori dan Praktik*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Perlindungan Konsumen Tahun 1999 Nomor 8 Pasal 4. Jakarta: Penerbit.
- Vikaliana, R., & Irwansyah. (2019). *Pengolahan Data Dengan SPSS*. Jakarta: CV AA Rizky.