

## DAFTAR PUSTAKA

- Allan. (2005). *Pengertian Internet dan Asal Usul dari kata Internet*. Penerbit Indah, Surabaya
- Dedy N. Hidayat. (2003). *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Husain Umar. (2001). *Strategi Managemen In Action* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Imam Gunawan. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik* Jakarta: PT Bumi Aksara
- Lexy, J. Moelong. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rudito, B dan Melia F. (2013). *CSR Corporate Social Responbility*. Bandung: Rekayasa Sains
- Sugini. (2001). *Metode Penelitian Kulitatif Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. (2007). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bandung: PT Refika Aditama

### **Internet dan Jurnal**

- Dicho Pradipta, Kadarisman, Hidayat, Sunarti. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis: Universitas Brawijaya Malang*. Vol. 34  
<https://media.neliti.com/media/publications/86887-ID-pengaruh-brand-equity-terhadap-keputusan.pdf> diakses pada 14 desember 2021
- Gina Harventy. (2020). Implementasi Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Menciptakan Manfaat Bersama (Creating Shared Value). *Jurnal Penelitian: Fakultas Ekonomika dan Bisnis*  
<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa> diakses pada 14 desember 2021

Stella Claresta Alexander. (2020). Implementasi Creating Shared Value (CSV) Nespresso terhadap sektor kopi di kolombia tahun 2004-2018. Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
<https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/10761/Cover%20-%20Bab1%20-%203316016sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y>  
diakses pada 20 Januari 2022

Muhammad Syamsul Hidayat. (2018). Strategi Komunikasi dalam Perubahan Status IAIN Menjadi UIN. Skripsi: Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam  
<http://repository.uinbanten.ac.id/3494/1/SKRIPSI.pdf> diakses pada 22 Desember 2021

Syahriah Sari, Syamsuddin, Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makasar. Journal of Business Administration. Vol.1, No.1  
<https://media.neliti.com/media/publications/337908-analisis-brand-awareness-dan-pengaruhnya-6ee77139.pdf> diakses pada 20 Januari 2022

Arfika Pertiwi Putri. (2015). Aktivitas Komunikasi dalam Creating Shared Value (CSV) Nestle Indonesia dengan Konsumen. Jurnal: Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/8303/8072> diakses pada 25 Januari 2022

Yoga, Maulana, Yusuf, dkk. (2019). Implementasi Program Corporate Social Responsibility oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia. Jurnal Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Vol 5 No 3  
<http://repository.uinbanten.ac.id/3494/1/SKRIPSI.pdf> diakses pada 20 Januari 2022

T Wulandari, RP Nurdiarti. (2020). Pola Komunikasi Persuasif Pabrik Gula Tasikmadu Dalam Membangun Kepercayaan Petani Tebu Di Wilayah Karanganyar. *Jurnal Komunikasi Korporasi dan Media (JASIMA)*. Hal: 103  
[https://scholar.google.co.id/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=kKUQfd2GNGoC&cstart=20&pagesize=80&citation\\_for\\_view=kKUQfd2GNGoC:UebtZRa9Y70C](https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=kKUQfd2GNGoC&cstart=20&pagesize=80&citation_for_view=kKUQfd2GNGoC:UebtZRa9Y70C)  
diakses pada 25 Oktober 2022

R Nurdiarti, M Nastain. (2021). Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Politik Anggota DPRD Kota Yogyakarta Dalam Implementasi Kebijakan Publik. *ETTISAL: Journal of Communication*, Vol. 6, No. 1. Hal : 104  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=8xhG6qIAAAAJ&citation\\_for\\_view=8xhG6qIAAAAJ:UebtZRa9Y70C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=8xhG6qIAAAAJ&citation_for_view=8xhG6qIAAAAJ:UebtZRa9Y70C)  
diakses pada 25 Oktober 2022

A Wulandari, CP Sampouw. (2020) Proses Pengambilan Keputusan dalam Situs Belanja Online “Shopee” sebagai Pemenuhan Kebutuhan Konsumen. *Journal Of Media and Communication*. Vol. 3, No. 2. Hal: 61  
[https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=YqHe6DEAAAAJ&citation\\_for\\_view=YqHe6DEAAAAJ:eQOLeE2rZwMC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=YqHe6DEAAAAJ&citation_for_view=YqHe6DEAAAAJ:eQOLeE2rZwMC)  
diakses pada 25 Oktober 2022

<https://gmedia.net.id> diakses pada 10 Maret 2022

<https://m.facebook.com/gmedia.id> diakses pada 10 Maret 2022

## **Webinar**

Mas Achmad Daniri, *Lead by CSV, Paradigma Baru Penerapan CSR*. webinar Youtube KEHATI 7 April 2021

<https://youtu.be/vi6iZ92UxZg> diakses pada 18 Juni 2021

## **Ebook**

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). The Big Idea: Creating Shared Value.  
How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth.  
*Harvard Business Review*