

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anggoro, M. L. (2002). *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Ed. ke-1, Cet. ke-3. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arnould, P. & Zinkhan. (2005). *Consumers, 2nd Edition*. Hill: McGraw.
- Azwar, S. (2016). *Sikap Manusia, Teori, dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPS. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- BridgeWorks. (2017). *Connecting with Three Generational Segments in The Workforce: A Survey Comparing Early Millennials, Late Millennials, & Generation Z*.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Ed. 2, Cet. 9. Jakarta: Kencana.
- Dowling, G. R. (2001). *Creating Corporate Reputations*. New York: Oxford University Press.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Gulö, W. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage.
- IDN Research Insititute. (2019). *Indonesia Millennial Report*.
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. Global Edition. USA: Pearson Education Inc.

- Kotler, P. & Kevin L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- _____. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. & Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Morissan, M. A. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mowen, J. C & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mullins, Walker, Boyd. (2008). *Marketing Management: A Strategic Decision Making Approach*. New York: McGraw Hill.
- National Chamber Foundation (NCF). (2012). *The Millennial Generation Research Review*.
- Normann. (1991). *Service Management*. England: Wiley & Son.
- Notoatmodjo. (2003). *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nova, F. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- PT. Fast Food Indonesia Tbk. (2017). *Annual Report*.
- PT. Fast Food Indonesia Tbk. (2018). *Annual Report*.
- PT. Fast Food Indonesia Tbk. (2019). *Annual Report*.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2010) *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Ed. 1, Cet. 5. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Ed. 1, Cet. 1. Yogyakarta: Deepublish.

- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Setiawan, H. (2007). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program CSR: Studi Kasus pada 2 Perusahaan.
- Soemirat, S. & Ardianto, E. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stafford, D. E. & Griffis, H. S. (2008). *A Review of Millennial Generation Characteristics and Military Workforce Implications*. Virginia: CNA.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2008). *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wasesa, S. A. (2006). *Strategi Public Relations: Bagaimana Strategi Public Relations dari 36 Merek Global dan Lokal Membangun Citra, Mengendalikan Krisis, dan Merebut hati Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ziethaml, V. A., Mary Jo Bitner, & Dwayne D. Gremler. (2009). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm 5th Edition*. New York: McGraw.

JURNAL

- Agboola, M. G. dkk. (2016). Public Relations Strategy: A Tool for Building Organizational Corporate Image. *Journal Innovation Management and Education Excellence Vision 2020*, 4562-4568.
- Anatan, L. (2017). Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Universitas Kristen Maranatha*.

- Aulia, S. G. B., Makmur, T., Hamid, A. H. Perilaku Konsumsi Fast Food Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Syiah Kuala Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah* 3(1), 130-139.
- Bucic, T., Harris, J. & Arli, D. (2012). Ethical Consumers Among the Millennials: A Cross-National Study. *Journal of Business Ethics*. doi 10.1007/s10551-011-1151-z
- Chandra, A. I. (2010). Pentingnya Perusahaan Mengelola Hubungan Baik dan Fungsional dengan Pemangku Kepentingan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(2), 171-188.
- Chiu, K. H. & Hsu, C. L. (2010). Research on the connections between corporate social responsibility and corporate image in the risk society: Take the mobile telecommunication industry as an example. *Journal of Electronic Business Management* 8(3).
- Eva, M. & Pina, J. M. (2011). The Negative Impact of Brand Extensions on Parent Brand Image. *Journal of Product & Brand Management*, 12.
- Han, H., Hsu, L., & Lee, J. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 519-528.
- Irawan, D. & Japariato, E. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-8.
- Kartikasari, N. D. dkk. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional. *Jurnal Administrasi Bisnis* 43(1), 8-16.
- Katz, D. (1960), "The Functional Approach to the Study of Attitudes," *Public Opinion Quarterly* 24, 163-204.

- Khairiansyah, S. M. (2012). Pengaruh Ekspektasi Corporate Social Responsibility Terhadap Dukungan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 1-29.
- Lerro, M., Raimondo, M., Stanco, M., Nazzaro, C. & Marotta, G. (2019). Cause Related Marketing among Millennial Consumers: The Role of Trust and Loyalty in the Food Industry. *Journal Sustainability*, 11(535), doi:10.3390/su11020535
- Mahesthi, A. P. Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Iklan AirAsia “We’ll Take You There” di Televisi. *Jurnal E-Komunikasi*, 5(1).
- Nurbaiti, S. R. & Bambang, A. N. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR). *Proceeding Biology Education Conference*, 224-228.
- Pratama, M. I. (2014). Mengidentifikasi Citra Perusahaan/Organisasi (*Corporate Image*).
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18), 123-134.
- Putri, A., Wibawa, B., M., & Persada, S., F. (2017). Analisis Deskriptif dan Tabulasi Silang pada Konsumen Produk Kosmetik Kategori Merek Mewah: Studi Kasus 6 Universitas di Kota Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), 260-264.
- Putri, S. R. & Rizki A. (2018). Pengaruh E-WOM Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Situs Online Shopee.id. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(2), 75-84.
- Puung, F. K., Fudholi, A. & Dharmmesta, B. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Salon dan Spa. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*, 4(2).
- Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert Sebagai Skala Ordinal Atau Skala Interval. *Jurnal Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman* 51-60.

- Sunarti. (2003). Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Perumahan Secara Kelompok. *Jurnal Tata Loka*.
- Toiba, H. & Widiarti, W. P. (2008). Sikap Konsumen Terhadap Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* PT Tanindo Subur Prima. *Jurnal AGRISE* 8(1), 66-73.
- Umarino, Choirul F. & Dani F. Citra PKU Muhammadiyah Yogyakarta Sebagai Rumah Sakit Islam. *Jurnal Interaksi* 1(2), 128-141.
- Wiguno, D, dkk. (2014). Segmentasi Konsumen Makanan Cepat Saji Online di Surabaya Secara Demografis dan Psikografis. *Jurnal Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra* 292-307.
- Zelezny, L., Chua, P., & Aldrich, C. (2000). Elaborating on gender differences in environmentalism. *Journal of Social Issues*, 56, 443-457.
- Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap. *Jurnal Cakrawala Pendidikan* 3, 51-63.

SKRIPSI

- Brilianne, Oka. A. (2015). Studi Analisis Sikap Penerima Program Corporate Social Responsibility (CSR) Go Green Blue Vision Departemen Humas PT. Pupuk Kaltim. Skripsi Universitas Airlangga.
- Fitriani, P. (2012). *Pengaruh Kegiatan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan* (Studi pada Program Beasiswa Unggulan CIMB Niaga 2011). Skripsi. FISIP, Program Sarjana Ekstensi. Universitas Indonesia.
- Lesmana, F. (2015). *Pengaruh Sikap pada Program CSR terhadap Citra Perusahaan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia (CCAI)*. Skripsi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pinastika, A. (2018). *Pengaruh Aktivitas Integrated Marketing Communication Melalui Instagram Terhadap Store Image Toko Buku (Studi Kasus Pada Toko Buku Murah Online)*. Skripsi Universitas Airlangga.

WEBSITE

- Amerta. (2018). Perkembangan CSR di Indonesia. Retrieved from <https://www.amerta.id/2018/04/25/1304/perkembangan-csr-di-indonesia.php> (Diakses pada 21 February 2020).
- Audi, G. (2019). Surabaya: Membangun Kota, Membangun Manusia. Retrieved from <https://jatimnet.com/surabaya-membangun-kota-membangun-manusia> (Diakses pada 8 September 2019).
- BPS Provinsi Jawa Timur. (2010). Sensus Penduduk 2010. Retrieved from <https://jatim.bps.go.id/statictable/2018/10/29/1324/jumlah-penduduk-dan-laju-pertumbuhan-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2010-2016-dan-2017.html> (Diakses pada 8 September 2019).
- Dwijayanto, A. (2018). Milenials jadi alasan KFC merenovasi gerai. Diambil dari <https://industri.kontan.co.id/news/milenials-jadi-alasan-kfc-merenovasi-gerai> (Diakses pada 30 Juni 2020).
- Fimela. (2018). Hasil Survey Global 51% Pekerja dari Millennial Menyukai Fast Food. Retrieved from <https://www.fimela.com/lifestyle-relationship/read/3810548/hasil-survey-global-51-pekerja-dari-millennial-menyukai-fast-food> (Diakses pada 19 September 2019).
- Hidayat, A. (2012). Uji Pearson Product Moment dan Asumsi Klasik. Diambil dari <https://www.statistikian.com/2012/07/pearson-dan-asumsi-klasik.html> (Diakses pada 3 Juni 2019).
- KFC. (2019, 13 Januari). Sejak kecil, kita udah diajarin sebenarnya untuk selalu beberes setelah makan. Tapi seiring berjalannya waktu, budaya ini sudah mulai jarang. Kita lestarikan lagi budaya beberes, yuk! Dari sekarang, kita mulai budaya beberes setelah makan! [FaceBook status update]. Retrieved from <https://www.facebook.com/kfcindonesia/photos/a.100783435842/10155769574835843/?type=3&theater>

- KFC. (2019, 4 Februari). Tahu nggak, #budayabeberes itu dimulai dari diri sendiri tapi berakhir sebagai sebuah kebaikan bagi sesama, lho! Jadi, jangan lupa untuk selalu bereskan sampahmu sendiri dan mulai tanamkan sikap peduli terhadap lingkungan! Kaya mbaknya ini yang membereskan makanannya sendiri dengan senang hati! #kfcindonesia [FaceBook status update]. Retrieved from <https://m.facebook.com/kfcindonesia/photos/a.100783435842/10155810084365843/?type=3&source=48>
- KFCku.com. (2016). Lokasi Restoran. Diambil dari <http://www.kfcku.com/store/page?kabupaten=252&keywords=> (Diakses pada 31 Maret 2019).
- Lapidos, J. (2015). Wait, What, I'm a Millennial? Diambil dari <https://www.nytimes.com/2015/02/05/opinion/wait-what-im-a-millennial.html> (Diakses pada 2 Juli 2020).
- Majalah Franchise. (2019). KFC Indonesia Ajak Masyarakat Peduli Lingkungan. Diambil dari <https://www.majalahfranchise.com/article/943/kfc-indonesia-ajak-masyarakat-peduli-lingkungan> (Diakses pada 31 Maret 2019).
- Mulyadi, I. (2011). Melakukan Segmentasi dengan Demografi. Diambil dari <https://marketing.co.id/demografi-segmen-menengah-atas/> (Diakses pada 14 Desember 2019).
- Neviana. (2010). Triple Bottom Line: Lebih dari Sekadar Profit. Diambil dari <https://swa.co.id/swa/my-article/triple-bottom-line-lebih-dari-sekadar-profit> (Diakses pada 13 Juni 2019).
- Prasetya, E. (2018). Menguak Problematika CSR di Indonesia. Diambil dari <https://ksm.ui.ac.id/menguak-problematika-csr-di-indonesia/> (diakses pada 21 Februari 2020).
- Putra, A. D. (2018). Tren Makanan Cepat Saji Bagi Milenial. Diambil dari <https://muda.kompas.id/baca/2018/08/27/tren-makanan-cepat-saji-bagi-milenial/> (diakses pada 1 Mei 2019).

- Putri, G. S. (2019). Kampanye KFC #BudayaBerberes Tuai Polemik, Begini Kata Psikolog Sosial. Diambil dari <https://sains.kompas.com/read/2019/01/17/173200023/kampanye-kfc-budayaberberes-tuai-polemik-begini-kata-psikolog-sosial> (diakses pada 6 Maret 2019).
- Raharjo, S. (2014). Cara Melakukan Uji Reliabilitas Alpha Cronbach's dengan SPSS. Diambil dari <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-reliabilitas-alpha-spss.html> (Diakses pada 4 Juni 2019).
- _____. (2014). Cara Melakukan Uji Validitas Product Moment dengan SPSS. Diambil dari <https://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> (Diakses pada 4 Juni 2019).
- Riyanto, S. (2011). Perusahaan Sekelas Apakah yang Berkewajiban Mengeluarkan Dana CSR. Diambil dari <https://republika.co.id/berita/lu10s8/perusahaan-sekelas-apakah-yang-berkewajiban-mengeluarkan-dana-csr> (Diakses pada 16 April 2020).
- Singal, J. (2017). Don't Call Me a Millennial – I'm an Old Millennial. Diambil dari <https://www.thecut.com/2017/04/two-types-of-millennials.html> (Diakses pada 2 Juli 2020).
- Sugiyarto. (2019). Terus Berinovasi Produk dan Layanan, KFC Sukses Jadi Brand Juara Restoran Cepat Saji. Diambil dari <https://m.tribunnews.com/bisnis/2019/12/24/terus-berinovasi-produk-dan-layanan-kfc-sukses-jadi-brand-juara-restoran-cepat-saji?page=all> (Diakses pada 30 Juni 2020).
- Taylor, C. (2019). What Makes A CSR Message Resonate With Millennials and Generation-Z? Diambil dari <https://www.forbes.com/sites/charlesrtaylor/2019/04/30/what-makes-a-csr-message-resonate-with-millennials-and-generation-z/#11b8bcc7fc71> (Diakses pada 3 Juli 2020).

Wibisono, N. (2017). Persaingan KFC vs McDonald's di Indonesia. Diambil dari <https://tirto.id/persaingan-kfc-vs-mcdonalds-di-indonesia-chbu> (Diakses pada 31 Maret 2019).