

## **Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kepuasan Masyarakat Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Kaltim Prima Coal)**

### ***The Effect of Environmental Performance and Corporate Social Responsibility Disclosure on Company Reputation with Community Satisfaction as an Intervening Variable (Study at PT. Kaltim Prima Coal)***

**Nugroho Dewanto<sup>1</sup>, Abadi Sanosra<sup>2</sup>, Arik Susbiyani<sup>3</sup>, Nurul Qomariah<sup>4\*</sup>**

Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Jember Muhammadiyah University;

Email: <sup>1</sup>[Nugroho.Dewanto@kpc.co.id](mailto:Nugroho.Dewanto@kpc.co.id), <sup>2</sup>[abadi@unmuhjember.ac.id](mailto:abadi@unmuhjember.ac.id), <sup>3</sup>[ariksusbiyani@unmuhjember.ac.id](mailto:ariksusbiyani@unmuhjember.ac.id),  
<sup>4</sup>[nurulqomariah@unmuhjember.ac.id](mailto:nurulqomariah@unmuhjember.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Reputasi perusahaan merupakan aset penting yang dapat memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Pada perusahaan industri pertambangan, reputasi perusahaan merupakan hal yang krusial karena reputasi perusahaan berkaitan dengan penilaian masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap operasional perusahaan. Reputasi perusahaan dapat dicapai dengan mencapai kinerja lingkungan, melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan yang berdampak terhadap kepuasan masyarakat dan meningkatkan reputasi perusahaan. Pendekatan penelitian adalah penelitian kuantitatif yang menggali persepsi masyarakat penerima manfaat dari kinerja lingkungan dan kegiatan CSR yang dilakukan PT. Kaltim Prima Batubara. Populasi penelitian adalah masyarakat penerima manfaat program tanggung jawab sosial perusahaan di sekitar PT Kaltim Prima Coal di Sangatta, Kutai Timur, Kalimantan Timur. Sampel penelitian berjumlah 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,52 dan nilai  $p < 0,01$ . CSR berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,32 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien sebesar 0,36 dan nilai  $p < 0,01$ . CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien sebesar 0,23 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . Kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien sebesar 0,44 dan nilai  $p < 0,01$ . Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan masyarakat dengan koefisien sebesar 0,225. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan masyarakat dengan koefisien sebesar 0,139.

**Kata Kunci:** Kinerja Lingkungan; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Kepuasan Masyarakat; Reputasi Perusahaan

#### **ABSTRACT**

*Company reputation is an important asset that can provide competitive advantage and improve company performance. In mining industry companies, the company's reputation is crucial because the company's reputation is related to community and stakeholder assessments of the company's operations. Company reputation can be achieved by achieving environmental performance, implementing corporate social responsibility. The aim of the research is to examine the effect of environmental performance, corporate social responsibility which has an impact on community satisfaction and enhances the company's*

*reputation. The research approach is quantitative research that explores the perceptions of beneficiary communities from environmental performance and CSR activities carried out by PT. Kaltim Prima Coal. The research population is the beneficiary community members of the corporate social responsibility program around PT Kaltim Prima Coal in Sangatta, East Kutai, East Kalimantan. The research sample was 100 people. The results showed that environmental performance had a positive and significant effect with a coefficient of 0.52 and a p value <0.01. CSR has a positive and significant effect with a coefficient of 0.32 and a p value <0.01. Environmental performance has a positive and significant effect on company reputation with a coefficient of 0.36 and a p value <0.01. CSR has a positive and significant effect on company reputation with a coefficient of 0.23 and a p value <0.01. Community satisfaction has a positive and significant effect on company reputation with a coefficient of 0.44 and a p value <0.01. Environmental performance has a positive and significant effect on company reputation which is mediated by community satisfaction with a coefficient of 0.225. CSR has a positive and significant effect on company reputation which is mediated by community satisfaction with a coefficient of 0.139.*

**Keyword:** *Environmental Performance; Corporate Social Responsibility; Community Satisfaction; Company Reputation*

## PENDAHULUAN

Reputasi perusahaan yang positif diperoleh dari keberhasilan perusahaan dalam menjalankan setiap program dan kegiatan operasional yang dapat memenuhi harapan para pemangku kepentingan, termasuk anggota masyarakat sekitar perusahaan. Selain untuk memenuhi harapan masyarakat, pelaksanaan program dan kegiatan operasional perusahaan juga ditujukan untuk mencapai kepuasan masyarakat. Kepuasan masyarakat terhadap keberhasilan program dapat ditentukan berdasarkan indeks kepuasan masyarakat sebagai penerima manfaat. Hubungan kepuasan masyarakat dengan reputasi perusahaan telah diteliti oleh beberapa penelitian sebelumnya, antara lain Buddy (2019); Oemar dan Zulpaedah (2016); Budiman, dkk (2022) menyatakan bahwa kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan juga bergantung pada kemampuan perusahaan menghasilkan kinerja lingkungan. Kinerja lingkungan merupakan kinerja perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sekitar (Adbullah, dkk, 2020). Kinerja perusahaan yang menitikberatkan pada kegiatan melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan akibat kegiatan perusahaan. Buddy et al (2019); Yudiantara dan Gede (2015) menyatakan kepuasan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Reputasi perusahaan dapat dipengaruhi oleh persepsi publik dan pemangku kepentingan terhadap kegiatan CSR. Menurut Husnaini et al (2018), CSR mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan, sehingga dapat memaksimalkan reputasi perusahaan. Kegiatan CSR meningkatkan reputasi perusahaan karena CSR merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan investor dan meningkatkan kepuasan masyarakat serta menumbuhkan komitmen karyawan. Hasil penelitian Adi (2015); Yudiantara dan Gede (2015); Humanitisri dan Ghozali (2018) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan. Penelitian Suaidah dan Citra (2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap reputasi perusahaan. Hasil tersebut tidak mendukung signaling theory yang menyatakan bahwa informasi kegiatan CSR tidak memberikan sinyal positif melainkan memberikan sinyal negatif sehingga menyebabkan reputasi perusahaan menurun..

PT Kaltim Prima Coal (KPC) adalah perusahaan pertambangan dan pemasaran batubara baik untuk pasar ekspor maupun domestik. PT Kaltim Prima Coal (KPC) adalah perusahaan pertambangan yang mematuhi kewajiban tanggung jawab sosialnya dan diungkapkan secara berkala dalam laporan keberlanjutan. Pelaksanaan program CSR dan pencapaian kinerja lingkungan KPC telah meningkatkan

reputasi perusahaan di mata publik dan pemangku kepentingan. Fenomena reputasi perusahaan dapat diindikasikan dari pemberitaan media massa. Tahun 2019-2022 porsi berita positif 92%, negatif 3%, dan netral 5%. Meskipun hanya ada 3% pemberitaan negatif, namun hal tersebut sedikit banyak mengganggu reputasi perusahaan yang selama ini dinilai sangat baik dalam melaksanakan kinerja lingkungan dan melaksanakan kegiatan CSR. Sehingga berita negatif ini perlu dikonfrontasi dan dikonfirmasi antara perusahaan, media massa dan pemangku kepentingan agar berita negatif tidak merugikan perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kinerja lingkungan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kepuasan masyarakat dan dampaknya terhadap reputasi perusahaan. Fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji persepsi penerima manfaat terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. KPC dan dampak penerapan kinerja lingkungan dan CSR terhadap kepuasan masyarakat sekitar PT KPC serta menjaga reputasi perusahaan sebagai penerima Indonesian CSR Award.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengandalkan angka berupa skor sebagai kerangka dasar analisis. Penelitian tentang kinerja lingkungan, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang mempengaruhi kepuasan masyarakat dan reputasi perusahaan merupakan studi empiris pada perusahaan pertambangan PT Kaltim Prima Coal, Tbk. Studi empiris adalah studi yang mengkaji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengembangkan model penelitian yang diuji secara sistematis. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari persepsi jawaban responden. Data yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap pertanyaan kuesioner dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik menggunakan program aplikasi komputer Warp PLS. Analisis ini akan memberikan gambaran tentang tanggapan para penerima manfaat Program CSR. Jumlah populasi anggota masyarakat di sekitar PT Kaltim Prima Coal di Sangatta, Kutai Timur, Kalimantan Timur. Pada tahun 2023 jumlah penduduk di Sangatta, Kutai Timur, Kalimantan Timur sebanyak 253.847 jiwa. berdasarkan jumlah populasi, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus Slovin. Jumlah responden penelitian sebanyak 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang terdiri dari daftar pertanyaan tertulis kepada responden.

Teknik analisis data menggunakan software Warp PLS terdiri dari pengukuran model, struktur model dan pengujian hipotesis. Analisis PLS membentuk dua persamaan, yaitu inner model dan outer model. Outer model menentukan spesifikasi hubungan antara latent constructs dan latent constructs lainnya yaitu hubungan variabel X, variabel Z dan variabel Y dengan menggunakan pendekatan reflektif, sedangkan inner model menentukan spesifikasi hubungan antar latent tent kontrak dan indikatornya menggunakan pendekatan formatif. Model luar reflektif menghitung validitas konvergen, diskriminan, dan reliabilitas gabungan. Sementara itu, inner model formatif menghitung evaluasi berdasarkan signifikansi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Validitas konvergen model pengukuran dapat dilihat dari korelasi skor indikator dengan skor konstruk (loading factor) dengan kriteria nilai loading factor masing-masing indikator lebih besar dari 0,5 yang dapat dikatakan valid.

**Tabel Validitas Konvergen Kinerja Lingkungan**

Indikator	<i>Pemuatan pola yang dinormalisasi</i>	Standar	Kesimpulan
X11	0,795	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X12	0,652	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X13	0,739	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>

Source: Warp PLS 5,0

Berdasarkan hasil output pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa korelasi masing-masing indikator konstruk dan variabel dengan nilai cross loading di atas 0,5, dimana semua konstruk laten memprediksi indikator lebih besar dari 0,5 dan nilai p lebih kecil dari 0,05.

**Tabel Convergent Validity CSR**

Indikator	<i>Pemuatan pola yang dinormalisasi</i>	Standar	Kesimpulan
X21	0,795	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X22	0,652	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X23	0,739	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X24	0,723	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X25	0,691	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X26	0,650	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X27	0,641	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X28	0,812	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X29	0,870	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X210	0,721	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
X211	0,854	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>

Source: Warp PLS 5,0

Berdasarkan hasil output pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa korelasi masing-masing konstruk dan indikator variabel memiliki nilai cross loading diatas 0,5, dimana seluruh konstruk laten memprediksi indikator lebih besar dari 0,5 dan p value kurang dari 0,05.

**Table of Convergent Validity of Community Satisfaction**

Indikator	<i>Pemuatan pola yang dinormalisasi</i>	Standar	Kesimpulan
Z1	0,735	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>

Z2	0,612	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z3	0,729	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z4	0,732	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z5	0,651	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z6	0,610	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z7	0,621	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z8	0,842	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z9	0,810	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z10	0,711	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z11	0,874	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Z12	0,777	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>

Source: Warp PLS 5,0

Berdasarkan hasil output pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa korelasi masing-masing indikator konstruk dan variabel dengan nilai cross loading di atas 0,5, dimana semua konstruk laten memprediksi indikator lebih besar dari 0,5 dan nilai p lebih kecil dari 0,05.

#### **Table of Convergent Validity of Company's Reputation**

Indikator	<i>Pemuatan pola yang dinormalisasi</i>	Standar	Kesimpulan
Y1	0,705	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Y2	0,552	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Y3	0,639	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Y4	0,796	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>
Y5	0,834	0,500	<i>Validitas Konvergen</i>

Source: Warp PLS 5,0

Berdasarkan hasil output pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa korelasi masing-masing indikator konstruk dan variabel dengan nilai cross loading di atas 0,5, dimana semua konstruk laten memprediksi indikator lebih besar dari 0,5 dan nilai p lebih kecil dari 0,05.

#### **Tes kepercayaan**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen menggunakan software Warp PLS 5.0 yang ditunjukkan dengan nilai *Composite Reliability dan cronbach's alpha*.

#### **Tabel Of Reliability Test**

Testing	Variabel	Result	Standar	Conclusion
Composite reliability coefficient	X1	0.822	0.700	Reliabel
	X2	0.773	0.700	Reliabel
	Z	0.837	0.700	Reliabel
	Y	0.920	0.700	Reliabel
Cronbach's alpha coefficient	X1	0.729	0.700	Reliabel
	X2	0.750	0.700	Reliabel
	Z	0.782	0.700	Reliabel
	Y	0.869	0.700	Reliabel

Source: Warp PLS 5.0

Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki reliabilitas yang tinggi. Ini bisa jadi karena reliabilitas situs gabungan dan nilai alfa Cronbach dari semua konstruksi lebih besar dari 0,70.

### Uji Hipotesis

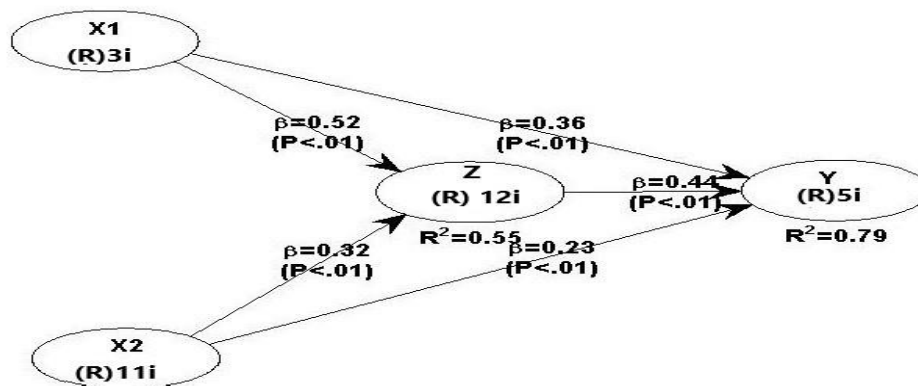
Uji kecocokan model dilakukan sebelum melakukan uji signifikansi analisis jalur (koefisien jalur). Uji kecocokan model ini digunakan untuk mengetahui apakah suatu model memiliki kecocokan dengan data.

### Tabel of Model fit and quality indices

Testing	Result
<i>Average path coefficient</i>	<i>(APC)=0.372, P&lt;0.001</i>
<i>Average R-squared</i>	<i>(ARS)=0.670, P&lt;0.001</i>
<i>Average adjusted R-squared</i>	<i>(AARS)=0.662, P&lt;0.001</i>
<i>Average block VIF</i>	<i>(AVIF)=1,757, acceptable if &lt;= 5, ideally &lt;= 3.3</i>
<i>Average full collinearity</i>	<i>VIF (AFVIF)=2.646, acceptable if &lt;= 5, ideally &lt;= 3.3</i>
<i>R-squared contribution ratio</i>	<i>(RSCR)=1.000, acceptable if &gt;= 0.9, ideally = 1</i>

Source: Warp PLS 5.0

Nilai R2 variabel kepuasan masyarakat sebesar 0,55. Hal ini menunjukkan bahwa varians variabel kepuasan masyarakat sebesar 55% dapat dijelaskan oleh varians variabel lingkungan dan kinerja CSR. Nilai R2 variabel reputasi perusahaan sebesar 0,79, hal ini menunjukkan bahwa varians variabel reputasi perusahaan sebesar 79% dapat dijelaskan oleh varians variabel kinerja lingkungan, CSR dan kepuasan masyarakat.



Hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan melalui kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien 0,225. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan melalui kepuasan masyarakat dengan nilai koefisien sebesar 0,139.

Kinerja lingkungan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dengan melakukan kegiatan proses, produk, jasa dan sistem untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Kepuasan masyarakat merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan masyarakat dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga hubungan masyarakat dengan perusahaan menjadi harmonis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hasil ini sesuai dengan Daromes dan Medeleen (2020); Ganescu dan Laura (2014); Perez (2015) menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan.

Program CSR merupakan investasi perusahaan untuk pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Program CSR dilakukan secara berkesinambungan (sustainability) sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan. Manfaat Program CSR dapat dirasakan oleh masyarakat melalui kegiatan sosial, ekonomi, pendidikan dan budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hasil ini mendukung Hamdani (2014); Effendi (2019); Hildawati (2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat.

Salah satu capaian kinerja lingkungan adalah perbaikan lingkungan. Kinerja lingkungan dapat meningkatkan reputasi perusahaan terkait dengan reputasi perusahaan lain dalam industri yang sama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini mendukung Oktavianus, dkk (2022); Suaidah dan Citra (2020) menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

Kegiatan CSR yang rutin dilakukan perusahaan dapat membentuk reputasi perusahaan. Kegiatan CSR perusahaan didasarkan pada motif yang tulus dan sukarela bagi masyarakat dengan mengambil sebagian keuntungan perusahaan yang dialokasikan sebagai biaya CSR. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Syahrani dan Mahmudi (2018); Kristi dan Mutiara (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara pengungkapan CSR dengan reputasi perusahaan.

Kepuasan masyarakat dan reputasi perusahaan merupakan dua hal penting bagi perkembangan suatu perusahaan. Kepuasan masyarakat merupakan bentuk respon masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Kepuasan masyarakat akan meningkatkan penilaian positif terhadap perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga akan meningkat. Reputasi perusahaan merupakan representasi keseluruhan dari kinerja perusahaan di masa lalu dan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Oktavianus, dkk (2022); Saktiani (2015) kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan.

### KESIMPULAN

Penelitian tentang pengaruh kinerja lingkungan dan CSR terhadap reputasi perusahaan dengan kepuasan masyarakat sebagai variabel intervening dilakukan di PT Kaltim Prima Coal di Kalimantan Timur. Penelitian ini dilakukan pada bulan April – Mei 2023 dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan sumber data primer dari persepsi penerima manfaat atas kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Batubara Kaltim Prima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,52 dan nilai  $p < 0,01$ . CSR berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien 0,32 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien 0,36 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien 0,23 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . Kepuasan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan koefisien 0,44 dan  $p \text{ value} < 0,01$ . Kinerja lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan masyarakat dengan koefisien sebesar 0,225. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan yang dimediasi oleh kepuasan masyarakat dengan koefisien sebesar 0,139.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Hamzah, N., Ali, M. H., LangTseng, M., & Brander, M. (2020). The Southeast Asian Haze : the quality of environmental disclosures and firm performance. *Journal of Cleaner Production*, 246.
- Buddy, Tabroni, Fahrudin Salim (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Reputasi Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Travel Umroh dan Haji di Jakarta Timur). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* Vol 4 No 2 Desember 2019 E-ISSN : 2597-3902.
- Daromes, Fransiskus E. dan Medeleen Florencia Kawilarang (2020). Peran Pengungkapan Lingkungan Dalam Memediasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.14No.1 April 2020 : 77 -101.
- Effendi, Bahtiar (2019). Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi Kasus pada PT. Krakatau Steel, Tbk. di Kota Cilegon). Frima 2019.
- Gănescu, Cristina Dan Laura Dindire (2014). Corporate environmental responsibility – a key determinant of corporate reputation. *CMSS - VOL. II, ISSUE 1/2014*



- M Hamdani (2014). Hubungan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan dan harga saham pada perusahaan LQ45. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 2014 - jurnal.ut.ac.id
- Humanitisri, Nindya dan Imam Ghozali. Perusahaan Sebagai Variabel Mediasi, Dan Visibilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Antara CSR Dengan Reputasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016). *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 7, Nomor 4 , Tahun 2018.
- Husnaini, Wahidatul, Elin Erlina Sasanti, Susi Retna Cahyaningtyas. (2018). Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan. *JAM*. Vol.2, No. 2, April 2018.
- Kristi, Dian dan Mutiara Tresna Parasetya. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Pelaporan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan yang Termasuk dalam Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 10, Nomor 4, Tahun 2021, Halaman 1-15.
- Pérez, Jorge Sierra, Jorge Grenha Teixeira, Carlos Romero-Piqueras, Lia Patrício. (2015). Designing sustainable services with the ECO-Service design method: Bridging user experience with environmental performance. *Journal of Cleaner Production*. Volume 305.
- Suaidah, Yuniep Mujati dan Citra Ayuprilia Kartini Putri. 2020 Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan., *JAD: Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*. Vol. 3 No. 2, Juli (2020) - Desember (2020).
- Yusdantara, I Kadek dan Gede Bayu Rahanatha (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT. Coca Cola Amatil Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 4, 2015: 813-831 ISSN : 2302-8912