

**ANALISIS PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *GREEN BRAND IMAGE*, DAN
GREEN TRUST TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION***

(Survey Pada Konsumen Pembelian Kopi Starbucks di Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun oleh :

ANIESHA TITA SAFITRI SUHARNO

NIM: 141150200

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2019