PENGARUH *GREEN AWARENESS, GREEN COMPANY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP

(Survei Pada Konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

JELITA RUBY KRISYANTI

NIM: 141160274

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2020

PENGARUH *GREEN AWARENESS, GREEN COMPANY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN THE BODY SHOP

(Survei Pada Konsumen The Body Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

JELITA RUBY KRISYANTI

NIM: 141160274

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2020