

PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE* DAN *GREEN PERCEIVED RISK* TERHADAP *GREEN REPURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *GREEN TRUST*

(Survei Pada Pelanggan *The Body Shop* di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI



DESTYA LISNANINGRUM

NIM. 141160264

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2020

PENGARUH *GREEN PERCEIVED VALUE* DAN *GREEN PERCEIVED RISK* TERHADAP *GREEN REPURCHASE INTENTION* YANG DIMEDIASI OLEH *GREEN TRUST*

(Survei Pada Pelanggan *The Body Shop* di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna untuk memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta



DESTYA LISNANINGRUM

NIM. 141160264

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

YOGYAKARTA

2020