

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*, DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN *ETHICAL CONCERN* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Survei pada Calon Konsumen *Skincare* Avoskin di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



**ROSA YUS HARYAHYA**

**NIM. 141200131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
YOGYAKARTA**

**2024**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *FUNCTIONAL VALUE*, *EMOTIONAL VALUE*, DAN *SOCIAL VALUE* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN *ETHICAL CONCERN* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Survei pada Calon Konsumen *Skincare* Avoskin di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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



**ROSA YUS HARYAHYA**

**NIM. 141200131**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

**YOGYAKARTA**

**2024**