

SKRIPSI – MBKM

**MENGURAI *VALUE-ACTION GAP* PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN HIJAU
MELALUI FAKTOR INTRAFISIK, KONTEKSTUAL, DAN PRIORITAS DIRI PADA
KONSUMEN UKM DI BANYUMAS**



OLEH:

SITI ALIPUN NURONIAH

NIM C1B020046

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2024