

SKRIPSI

**PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN PRICE*, *GREEN ADVERTISING*
DAN *GREEN PLACE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada pengguna The Body Shop)**



**Oleh :
YOLANDA NOVITA
NIM : C1B015004**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JENDERAL SOEDIRMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PURWOKERTO
2019**