

SKRIPSI

PENGARUH *GREEN TRUST, GREEN PRODUCT, GREEN PERCEIVED VALUE, SUBJECTIVE NORMS, DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL* TERHADAP *CUSTOMER PURCHASE INTENTION* PRODUK BEAUTY THE BODY SHOP INDONESIA DI *E-COMMERCE SHOPEE*

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

NAMA : SHEILA VALENCIA

NPM : 01011210045



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
JAKARTA
2024**