PENGARUH *GREEN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN ORIFLAME DI KABUPATEN BANDUNG SELATAN 2016)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya Pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Disusun Oleh :

Indry Puspita Sari

6304122047

D3 MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS ILMU TERAPAN

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2016