

PENGARUH *GREEN BRAND KNOWLEDGE* DAN *ATTITUDE TOWARD GREEN BRAND* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* DI RESTORAN KEHIDUPAN TIDAK PERNAH BERAKHIR KOTA BANDUNG TAHUN 2019

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran



Disusun oleh:
Yolanda Agustiningsih
6704161095

**D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019**