

PENGARUH *GREEN BRAND KNOWLEDGE* DAN *GREEN BRAND POSITIONING* 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:
Prima Kusuma Oktaviani
6704161066

D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS ILMU TERAPAN
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2019