

ANALISIS PENGARUH *GREEN PACKAGING* TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE*, *PERCEIVED RISK* DAN *GREEN SATISFACTION* PADA PEMBELI PRODUK KECANTIKAN DENGAN VARIABEL MODERATOR *GREEN LOYALTY*

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

Nama : Aghniya Fatharani Dewi

NIM : 1401210368



**Universitas
Telkom**

**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
TAHUN 2025**