

**ANALISIS PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE* DAN *GREEN PERCEIVED
VALUE* TERHADAP *GREEN BRAND EVANGELISM* MELALUI *GREEN
TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

THESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Magister Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh:

Marsha Adilla Rahmani

205012320034



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2025**