

PENGARUH *GREEN PRODUCT*, *GREEN ADVERTISING*

DAN *GREEN TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN DI SHOPEE

(Studi Pada Pelanggan Avoskin di Shopee)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi
Sebagai Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

UMMI HAFIZAH

NIM: 7203510030



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

2024