

**PENGARUH PEMASARAN HIJAU, PENGETAHUAN
LINGKUNGAN, DAN KEPERCAYAAN HIJAU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Konsumen Fore Coffee di Kota Semarang)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:
MUHAMMAD RAIHAN

NIM. 12010120120042

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2024