PENGARUH *GREEN ADVERTISING*, *ONLINE INTERPERSONAL INFLUENCE*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (e-WOM) TERHADAP *GREEN PURCHASE INTENTION* DENGAN *ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Brand Kosmetik Garnier di Kalangan Gen Z 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:

AININAYA AISYAH

NIM. 12010122110101

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2026