

PENGARUH *GREEN MARKETING AWARENESS* DAN *PERCEIVED INNOVATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *PERCEIVED QUALITY* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA PRODUK TUPPERWARE DI LHOKSEMAWE

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**SITI JAMILATUL KHOIRIAH
NIM. 210410150**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
LHOKSEUMAWE
MEI, 2025**