

PENGARUH *GREEN BRAND IMAGE*, *PERCEIVED PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* (STUDI PADA KONSUMEN AVOSKIN DI KOTA BANDUNG)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung



Oleh:

FAIRUZ SYIFA SYAUQIYAH

NIM. 1229240090

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG
2026**