

**ANALISIS POSITIONING E-COMMERCE B2B2C ZALORA, BERRYBENKA,
VIPPLAZA, ETCLO BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN**

SKRIPSI

Disusun oleh:

Otniel Immanuel Pangaribuan

1201122141



**MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2015**