

**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**