

**MENENTUKAN FAKTOR PEMBEDA DAN STRATEGI POSITIONING MEREK
FASHIONESE DAILY BEAUTY ONLINE SHOP SEBAGAI PENGEMBANGAN PRODUK
BARU FEMALE DAILY NETWORK**

OLEH

Wanda Yosfiani

131081157



KONSENTRASI PEMASARAN

S1 BISNIS PRASETIYA MULYA

OKTOBER, 2012

**MENENTUKAN FAKTOR PEMBEDA DAN STRATEGI POSITIONING MEREK
FASHIONESE DAILY BEAUTY ONLINE SHOP SEBAGAI PENGEMBANGAN PRODUK
BARU FEMALE DAILY NETWORK**

OLEH

Wanda Yosfiani

131081157



S1 BIZNIS
PRASETIYA MULYA

No Comparison No Doubt

TUGAS AKHIR INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI
SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

KONSENTRASI PEMASARAN

S1 BIZNIS PRASETIYA MULYA

OKTOBER, 2012