

**ANALISIS *BRAND POSITIONING* DAN STRATEGI *BRANDING* SEPATU
LOKAL
(STUDI KASUS PADA *BRAND* SEPATU COMPASS, NAH PROJECT,
BRODO, DAN GEOFF MAX)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
dari Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika

Disusun Oleh:

MUHAMAD HENDI WIBOWO

1401174119



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2022**