

**MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI STRATEGI *POSITIONING*
PRODUCT, DAN *PERCEIVED QUALITY* YANG
DIPENGARUHI OLEH INOVASI PRODUK**

(Studi Kasus Pada Calon Pembeli *Smartphone* Microsoft Lumia *Windows phone*
di Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

LAKSMANA PRATAMA PUTRA

NIM. 12010111140235

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2015