

**ONLINE MARKETING STRATEGY ON BRAND IMAGE IMPACT
ON CUSTOMER SATISFACTION IN PANAI HILIR DISTRICT**

ARTIKEL ILMIAH

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :
DEWI HUSNIDA
19.013.00.154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL

NAMA : DEWI HUSNIDA
NPM : 1901300154
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ONLINE MARKETING STRATEGY ON BRAND IMAGE
IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION IN PANAI HILIR
DISTRICT

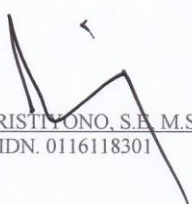
RANTAU PRAPAT,


2023

DISETUJUI :

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING


PRISTIYONO, S.E., M.Si
NIDN. 0116118301


DRS. DASLAN SIMANJUNTAK, M.Si
NIDN.0122086801

MENYETUJUI :

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



PRISTIYONO, S.E., M.Si
NIDN. 0116118301



ABDJELIM, S.E., M.Si
NIDN.0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL ARTIKEL

NAMA : DEWI HUSNIDA
NPM : 1901300154
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ONLINE MARKETING STRATEGY ON
BRAND IMAGE IMPACT ON CUSTOMER
SATISFACTION IN PANAI HILIR DISTRICT

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Artikel ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Artikel ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Artikel ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat,

2023

Yang Membuat Pernyataan



Dewi Husnida
NPM. 1901300154



ONLINE MARKETING STRATEGY ON BRAND IMAGE IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION IN PANAI HILIR DISTRICT

Dewi Husnida

Universitas Labuhanbatu

Pristiyono

Universitas Labuhanbatu

Daslan Simanjuntak

Universitas Labuhanbatu

Keywords: Online Marketing, Brand Image, Brand Association, Customer Satisfaction

