

**PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH
SPONSORSHIP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
BAJU KARATE ARAWAZA YANG DIGUNAKAN OLEH
ATLET PELATNAS DI INDONESIA DAN TINJAUANNYA
DALAM SUDUT PANDANG ISLAM**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen**

Oleh :

**Amelia Putri
1202013010**

**UNIVERSITAS YARSI
FAKULTAS EKONOMI
2017**