

٦. فضيلة السيد الأستاذ احمد لقمان نوكرها، M.A الذي قد بدل كل جهد مشكور وأتاه وقتة للتوجيه المتواصل و الإشراف التام في كتابة هذه الرسالة إلى نهايتها.

٧. أبي و أمي المحبوبين الدكتوراندوس أحمد خالد، M.MPd و الدكتوراندى ستي فروندانى الذي قاما جميع مساعدهما و تشجيعهما في كل حركتي. أختي حاشر الفتح و أخي حسنى قطر الندى المحبوبين الذي قاما بالداعم و الدعاء. وكذلك جميع أفراد عائلة الحاج إمام عشري و الحاج أحمددي.

٨. الأصدقاء الذين يدعموني و يرافقوني دائما في جمع البيانات إلى نهاية كتابة هذه الرسالة.

٩. الأصدقاء المحبوبين يشى اينداه ارينتي وكذلك ديا سفيرة انندا فاني الذين يرافقون دائما في عملية التعليم للطلابة الجديدة حتى الانتهاء هذه الرسالة في جامعة الدار السلام كونتور للبنات.

١٠. وزملائي البررة العظمى بكلية الإقتصادية الإسلامية وسائر الطالبة جامعة الدار السلام كونتور للبنات الدين يساعدني في كل ما فيه الصعبة في فهم هذه الرسالة والعون في مراجعة الكتاب و مطالعتها بكل الصبر والإحلاص. وأرجوا من الله أن يوفقهم ويوفر لهم الجزاء في الدنيا و الآخرة. آمن يا رب العالمين.

تحريرا بكونتور، ١٤٤١هـ

..... ٢٠٢٠

مقدم البحث

مهارة الفائقة

محتويات البحث

د	الملخص باللغة الإندونيسيا
هـ	الملخص العربي
و	رسالة المشرف إلى عميد كلية الإقتصاد والإدارة
ز	رسالة عميد كلية التربية عن تسليم البحث
ح	تقرير لجنة امتحان الرسالة
ط	إقرار
ي	من هدي القرآن والحديث
ك	إهداء
م	كلمة شكر وتقدير
ص	محتويات البحث
ف	قائمة الجداول

الباب الأول: المقدمة

١	أ. خلفية البحث
٦	ب. تحديد المسألة
٦	ج. اهداف البحث
٦	د. فوائد البحث

الباب الثاني: الأساس النظري

٧	أ. البحوث السابقة
١١	ب. الأساس النظري
١٧	هـ. صورة العلامة التجارية في نظر الإسلام
٣٢	ج. إطار للتفكير

الباب الثالث: منهج البحث

٣٣	أ. الزمان والمكان
٣٣	ب. نوع البحث
٣٤	ج. مصادر البيانات
٣٤	١. البيانات الأولية
٣٥	٢. البيانات الثانوية
٣٥	د. الأسلوب جمع البيانات
٣٦	هـ. المجتمع و عينة البحث
٣٨	و. التقنيات تحليل البيانات
٣٨	١. الإختبار الصلاحية
٣٩	٢. الإختبار الموثوقية
٤٠	٣. الإختبار الافتراضات الكلاسيكية
٤٣	ز. فرضية البحث
٤٤	ي. التعاريف التشغيلية للمتغيرات البحثية
٤٤	التعاريف التشغيلية للمتغيرات البحثية

الباب الرابع: عرض البيانات و تحليلها

٥٤	أ. صورة العامة
٤٨	١. المستجيب من جهة عمر
٥٠	٢. المستجيب من جهة أقسام
٥١	٣. المستجيب من جهة فطرة
٥٢	٤. المستجيب من جهة الحرم الجامعة
٥٤	ح. الوصف توزيع إجابات المجيبين
٥٤	(١) الصورة العلامة التجارية
٥٦	(٢) الإحساس
٥٨	(٣) الشعر
٥٨	الوصف توزيع إجابات المجيبين أشعر
٦٠	(٤) الفكر
٦٢	(٥) الفعل
٦٤	(٦) الصلة
٦٦	(٧) الإقتناع المستهلك
٦٨	د. تحليل البيانات
٦٨	١. الإختبار الصلاحية
٧٦	٢. الإختبار الموثوقية
٧٧	هـ. الإختبار الافتراض الكلاسيكي
٧٧	١. الإختبار الحياة الطبيعية

٧٨multicolinearity الإختبار	٢
٧٨Heterokedastisitas الإختبار	٣
٨٠ النتائج البحوث	و.
٨٠ تقنية تحليل الانحدار الخطي المتعدد	١
٨٢ الإختبار F (في وقت واحد)	٢
٣٨ الإختبار T (جزئ)	٣
٨٦ الإختبار معامل التحديد (R^2)	٤
٨٦ المناقشة	ز.

الباب الخامس: الإختتام

٩٣ النتيجة	أ.
٩٤ الإقتراحات	ب.
٩٥ مصادر البحث	
١٠١ الملحق	

قائمة الجدول

- الجدول ١,١ عدد الطلاب في جامعة دار السلام كونتور للبنات ٥
- الجدول ٣,١ المجموع مجتمع و عينة البحث ٤٠
- الجدول ٣,٢ التعاريف التشغيلية للمتغيرات البحثية ٦٢
- الجدول ٤,١ عدد الطلاب في جامعة دار السلام كونتور للبنات ٧٥
- الجدول ٤,٢ المستجيب من جهة عمر ٧٦
- الجدول ٤,٣ المستجيب من جهة اقسام ٧٧
- الجدول ٤,٤ المستجيب من جهة فطرة ٧٩
- الجدول ٤,٥ المستجيب من جهة حرام الجامعة ٨٠
- الجدول ٤,٦ الوصف توزيع إجابات المجيبين صورة العلامة التجارية ٨١
- الجدول ٤,٧ الوصف توزيع إجابات المجيبين إحساس ٨٣
- الجدول ٤,٨ الوصف توزيع إجابات المجيبين شعر ٨٥
- الجدول ٤,٩ الوصف توزيع إجابات المجيبين فكر ٨٨
- الجدول ٤,١٠ الوصف توزيع إجابات المجيبين فعل ٩٠
- الجدول ٤,١١ الوصف توزيع إجابات المجيبين صلة ٩٢
- الجدول ٤,١٢ الوصف توزيع إجابات المجيبين إقتناع المستهلك ٩٥
- الجدول ٤,١٣ نتيجة تحليل الصدق للمتغير شعر ٩٨
- الجدول ٤,١٤ نتيجة تحليل الصدق للمتغير فكر ٩٩
- الجدول ٤,١٥ نتيجة تحليل الصدق للمتغير فعل ١٠٠
- الجدول ٣,١٦ نتيجة تحليل الصدق للمتغير صلة ١٠١

- الجدول ٤,١٧ نتيجة تحليل الصدق للمتغير إقتناع المستهلك ١٠٢
- الجدول ٤,١٨ نتيجة تحليل الموثوقية ١٠٣
- الجدول ٣,١٩ نتيجة التوزيع الطبيعي ١٠٤
- الجدول ٤,٢٠ الإختبار multicollinearity ١٠٥
- الجدول ٤,٢١ نتيجة تجانس البياني (heterokedastisitas) ١٠٦
- الجدول ٤,٢٢ نقية الإنحدار الخطي المتعدد ١٠٨
- الجدول ٣,٢٣ الإختبار F ١١٤
- الجدول ٤,٢٥ الإختبار T ١١٦
- الجدول ٤,٢٧ نتيجة معامل التحديد (المعدل R^2) ١١٨

قائمة الصورة

- الصورة ١,١ عدد الشركات في فئة صناعة الأغذية والمشروبات..... ١٣
- الصورة ١,٢ إطار للتفكير..... ٦٨

قائمة الملحق

- الملحق ١. استبيان ١٣٢
- الملحق ٢. بيانات النحدر الخطي المتعددة..... ١٣٦
- الملحق ٣. نتائج تحليل الصلاحية X١..... ١٣٩
- الملحق ٤. نتائج تحليل الصلاحية X٢..... ١٤٠
- الملحق ٥. نتائج تحليل الصلاحية X٣..... ١٤١
- الملحق ٦. نتائج تحليل الصلاحية X٤..... ١٤٢
- الملحق ٧. نتائج تحليل الصلاحية X٥..... ١٤٣
- الملحق ٨. نتائج تحليل الصلاحية X٦..... ١٤٤
- الملحق ٩. نتائج تحليل الصلاحية Y ١٤٥
- الملحق ١٠. نتائج تحليل موثوقية X١ ١٤٦
- الملحق ١١. نتائج تحليل موثوقية X٢ ١٤٦
- الملحق ١٢. نتائج تحليل موثوقية X٣ ١٤٧
- الملحق ١٣. نتائج تحليل موثوقية X٤ ١٤٧
- الملحق ١٤. نتائج تحليل موثوقية X٥ ١٤٨
- الملحق ١٥. نتائج تحليل موثوقية X٦ ١٤٨

الملحق ١٥ .نتائج تحليل موثوقية Y	١٤٩
الملحق ١٦ .نتيجة التوزيع الطبيعي (normalitas)	١٤٩
الملحق ١٧ .الإختبار multicollinearity	١٥٠
الملحق ١٨ .نتيجة تجانس البياني (heterokedastisitas)	١٥٠
الملحق ١٩ .نتيجة الإختبار F	١٥١
الملحق ٢٠ .نتيجة الإختبار T	١٥١
الملحق ٢١ .نتيجة معامل التحديد (المعدل R ^٢)	١٥٢