

محتويات البحث

د	ملخص البحث باللغة الإندونيسية
هـ	ملخص البحث باللغة العربية
و	إقرار الطالب
ز	اعتماد المشرف
ح	اعتماد العميد
ط	تقرير لجنة مناقشة الرسالة
ك	كلمة شكر وتقدير
س	محتويات البحث
ق	قائمة الجداول
ر	قائمة الصور

الباب الأول: المقدمة

١	أ. خلفية البحث
٥	ب. تحديد المسألة
٦	ج. أهداف البحث
٦	د. فوائد البحث
٦	١. للأكاديميين
٦	٢. للممارسين

الباب الثاني: البحوث السابقة و الإطار النظري

٩	أ. البحوث السابقة
١٣	ب. الإطار النظري
١٣	١. مفهوم الزكاة.....
١٣	أ) تعريف الزكاة.....
١٤	ب) حكم الزكاة.....
١٥	ج) وظيفة والهدف من الزكاة.....
١٦	د) شروط وجوب الزكاة.....
١٨	٢. مفهوم رغبة المزكي.....
٢٠	٣. العوامل التي تؤثر على الرغبة
٢٠	أ) صورة المؤسسة.....
٢٢	ب) الديانة
٢٥	ج) الشفافية
٢٧	د) الثقة.....
٣٠	٤. الإطار النظري

الباب الثالث: منهج البحث

٣١	أ. منهج البحث
٣١	١. المنهج ونوع البحث
٣٢	٢. مصادر البيانات

٣٢ (أ) البيانات الأولية
٣٣ ٣. تقنيات جمع البيانات
٣٣ (أ) ملاحظة
٣٤ (ب) توثيق
٣٤ (ج) الاستبيانات
٣٥ ٤. تقنيات المجتمع وأخذ العينات
٣٧ ٥. تعريف المتغيرات التشغيلية
٤٠ ٦. تقنية تحليل البيانات
٤١ (أ) المتغيرات الكامنة والمتغيرات الملحوظة
٤٢ (ب) نماذج القياس والنماذج الهيكلية

الباب الرابع: النتائج والمناقشة

٤٧ أ. خصائص المستجيبين
٤٧ ١. الجنس
٤٨ ٢. العمر
٤٨ ٣. التوظيف \ المهنة
٤٩ ٤. عنوان المنطقة
٥٠ ب. اختبار المباراة Goodness of fit
٥٠ ١. صورة المؤسسة
٥٣ ٢. الشفافية

٥٦	٣ . الديانة
٥٩	٤ . الثقة
٦٢	٥ . الرغبة
٦٥	ج . تحليل المعادلات الهيكلية
	indirect effect	د . تحليل الآثار المباشرة direct effect والآثار غير المباشرة
٦٩	total effect الكلية والتأثيرات الكلية
٧١	هـ . المناقشة
٧١	١ . تأثير صورة المؤسسة على الثقة
٧٢	٢ . تأثير الديانة على الثقة
٧٢	٣ . تأثير الشفافية على الثقة
٧٣	٤ . تأثير صورة المؤسسة على الرغبة
٧٤	٥ . تأثير الديانة على الرغبة
٧٥	٦ . تأثير الشفافية على الرغبة
٧٥	٧ . تأثير الثقة على الفائدة
٧٦	٨ . العامل المسيطر يؤثر على الرغبة

الباب الخامس: الاختتام

٧٧	أ . الاستنباط
٧٧	ب . اقتراحات
٧٩	قائمة المراجع

قائمة الجداول

٥	الجدول ١,١ استلام أموال الزكاة.....
٣٥	الجدول ٣,١ إجابات بديلة مع مقياس <i>Likert</i>
٣٨	الجدول ٣,٢ تعريف المتغيرات التشغيلية.....
٤٤	الجدول ٣,٣ المؤشرات النموذجية الشاملة.....
٥٠	الجدول ٤,١ اختبار الملاءمة العامة لنموذج متغير الصورة المؤسسية.....
٥٢	الجدول ٤,٢ اختبار مدى ملاءمة نموذج قياس متغير للصورة المؤسسة ...
٥٣	جدول ٤,٣ اختبار الملاءمة العامة لنموذج متغير الشفافية.....
٥٥	الجدول ٤,٤ اختبار مدى ملاءمة نموذج قياس متغير للشفافية.....
٥٦	جدول ٤,٥ اختبار الملاءمة العامة لنموذج متغير للديانة.....
٥٩	الجدول ٤,٦ اختبار مدى ملاءمة نموذج قياس متغير للديانة.....
٦٠	جدول ٤,٧ اختبار الملاءمة العامة لنموذج متغير للثقة.....
٦٢	الجدول ٤,٨ اختبار مدى ملاءمة نموذج قياس متغير للثقة.....
٦٣	جدول ٤,٩ اختبار الملاءمة العامة لنموذج متغير للفائدة.....
٦٥	الجدول ٤,١٠ اختبار مدى ملاءمة نموذج قياس متغير للرغبة.....
٦٦	الجدول ٤,١١ اختبار الملاءمة العامة لنموذج المعادلة الهيكلية.....
	الجدول ٤,١٢ نتائج التأثيرات المقدره بين المتغيرات نموذج
٨٦	معادلة هيكلية (<i>SEM</i>).....
	الجدول ٤,١٣ نتائج التحليل الآثار المباشرة <i>direct effect</i> ، والآثار غير
٧٠	المباشرة <i>indirect effect</i> ، والتأثيرات الكلية <i>total effect</i>

قائمة الصور

- الشكل ٢,١ إطار البحث ٣٠
- الشكل ٣,١ عملية البحث الكمي ٣٢
- الشكل ٣,٢ المتغيرات الكامنة ٤١
- الشكل ٣,٣ المتغيرات التي تمت ملاحظتها ٢٤
- الشكل ٣,٤ نموذج القياس ٤٢
- الشكل ٣,٥ النماذج الهيكلية ٤٣
- الشكل ٤,١ الجنس ٤٧
- الشكل ٤,٢ العمر ٤٨
- الشكل ٤,٣ وظائف\المهن ٤٨
- الشكل ٤,٤ عنوان المنطقة ٤٩
- الشكل ٤,٥ مخطط المسار حل قياسي *standardizen solution* للصورة .. ٥١
- الشكل ٤,٦ مخطط المسار ت-القيم *T-values* للصورة ٥٢
- الشكل ٤,٧ مخطط المسار حل قياسي *standardizen solution* للشفافية. ٥٤
- الشكل ٤,٨ مخطط المسار ت-القيم *T-values* للشفافية ٥٥
- الشكل ٤,٩ مخطط المسار حل قياسي *standardizen solution* للديانة .. ٥٨
- الشكل ٤,١١ مخطط المسار حل قياسي *standardizen solution* للثقة... ٦١
- الشكل ٤,١٢ مخطط المسار ت-القيم *T-values* للثقة ٦١
- الشكل ٤,١٣ مخطط المسار حل قياسي *standardizen solution* للرغبة.. ٦٤
- الشكل ٤,١٤ مخطط المسار ت-القيم *T-values* للرغبة ٦٤

- الشكل ٤,١٥ الهيكلية النموذجية ت-القيم *T-values* ٦٧
- الشكل ٤,١٦ الهيكلية النموذجية حل قياسي *standardizen solution* ... ٦٧