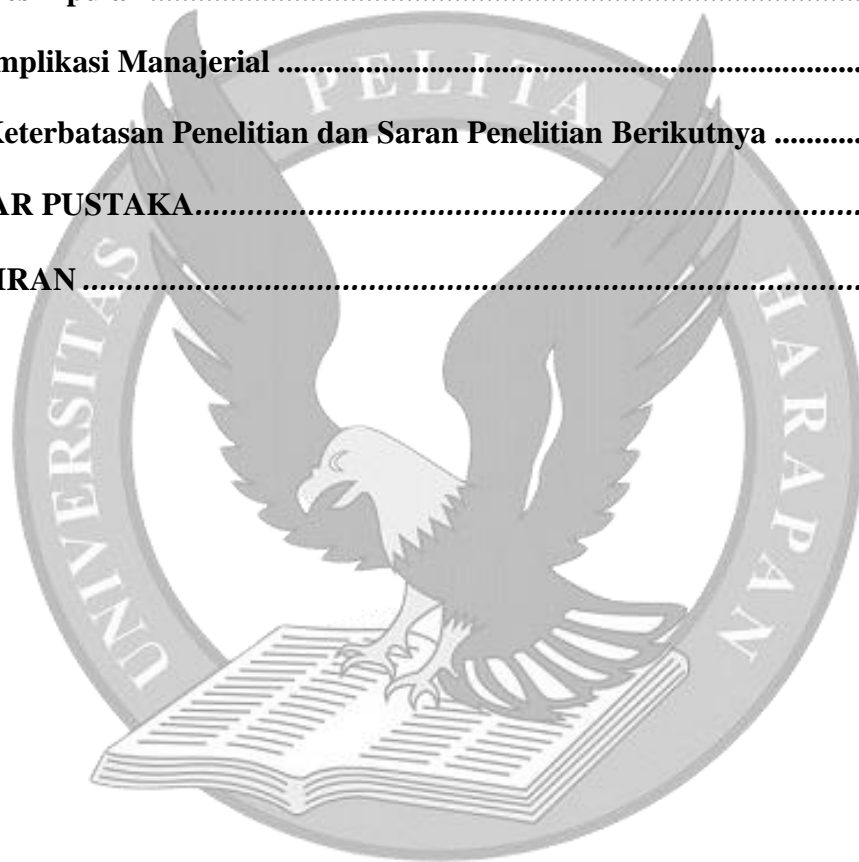


DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR.....	4
DAFTAR TABEL.....	5
BAB I.....	6
1.1 Latar Belakang Masalah	6
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II	14
2.1 Blockchain.....	15
2.2 Big Data.....	17
2.3 Pemasaran.....	19
2.3.1 Pemasaran Digital	21
2.4 Hubungan Antar Variabel	24
2.4.1 Blockchain terhadap Big Data	24
2.4.2 Big Data terhadap Digital Marketing	25
2.4.3 Blockchain terhadap Digital Marketing	26
2.5 Model Penelitian.....	28

BAB III	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Subjek Penelitian	29
3.3 Unit Analisis	30
3.4 Jenis Penelitian	31
3.5 Desain Penelitian	31
3.5.1 Pengukuran Variabel.....	32
3.5.2 Tabel Operasionalisasi Penelitian	33
3.5.3 Skala Pengukuran.....	35
3.6 Teknik Pembuatan Kuesioner	36
3.7 Desain Sampel	36
3.7.1 Etika Pengumpulan Data.....	37
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7.3 Penentuan Jumlah Sampel	38
3.8 Metode Analisis Data	39
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	41
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	42
3.9 Studi Uji Pendahuluan	43
3.9.1 Uji Reliabilitas	44
3.9.2 Uji Validitas	45
BAB IV	47
4.1 Profil Responden	47
4.2 Statistik Deskriptif	51
4.3 Analisis Data Penelitian	54
4.3.1 Outer Model (Uji Validitas dan Reliabilitas)	54
4.3.2 Inner Model.....	57
4.3.2.1 Hasil Uji Hipotesis Pertama dan Besar Pengaruhnya	60

4.3.2.2 Hasil Uji Hipotesis ke-2 dan Besar Pengaruhnya	61
4.3.2.3 Hasil Uji Hipotesis ke-3 dan Besar Pengaruhnya	61
4.4 Analisis Pengaruh Langsung (Direct Effect) dan Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	62
4.5 Pembahasan	62
BAB V	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Implikasi Manajerial	66
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Berikutnya	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ukuran Pasar Teknologi Blockchain di Seluruh Dunia	9
Gambar 2. 1 Model penelitian.....	28
Gambar 3. 1 Hasil uji measurement model instrumen penelitian.....	43
Gambar 4. 1 Hasil Akhir Item-item Penelitian Uji Outer Model.....	54
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Inner Model</i> Instrumen Penelitian	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabulasi Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 2. 2 Hubungan antara <i>Blockchain</i> dan <i>Big Data</i>	25
Tabel 2. 3 Hubungan antara <i>Big Data</i> dan <i>Digital Marketing</i>	26
Tabel 2. 4 Hubungan antara <i>Blockchain</i> dan <i>Digital Marketing</i>	27
Tabel 3. 1 Tabel Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel Penelian	33
Tabel 3. 2 <i>Loading Factor Item</i> Instrumen Penelitian Uji Pendahuluan	44
Tabel 3. 3 <i>Composite Reliability</i> Variabel Instrumen Penelitian	45
Tabel 3. 4 <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Instrumen Penelitian	46
Tabel 3. 5 Hasil uji Validitas Diskriminan Fornell-Larcker	46
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Area Domisili	48
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	50
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	50
Tabel 4. 7 Uji Statistik Deskriptif <i>Blockchain</i>	51
Tabel 4. 8 Uji Statistik Deskriptif <i>Big Data</i>	52
Tabel 4. 9 Uji Statistik Deskriptif <i>Digital Marketing</i>	53
Tabel 4. 10 Nilai <i>Loading Factor Item</i> Variabel Penelitian	55
Tabel 4. 11 Nilai <i>Composite Reliability</i> Variabel Penelitian	55
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> Variabel Penelitian	56
Tabel 4. 13 Nilai Validitas Diskriminan Fornell-Lacker	56
Tabel 4. 14 Nilai Kolinearitas (VIF)	57
Tabel 4. 15 Nilai Koefisien Jalur dan <i>P-Value</i>	58
Tabel 4. 16 Nilai <i>R-Squares</i> Variabel Penelitian	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis dan Besar Pengaruh	60