

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
KATA PENGANTAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang	1
1.2. Masalah Penelitian	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	18
1.5. Manfaat Penelitian.....	20
1.6. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II	23
TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Dasar Teori	23
2.1.1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	27
2.1.2. <i>Theory of Interpersonal Behavior</i> (TIB)	30
2.1.3. Integrasi <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB) dan <i>Theory of Interpersonal Behavior</i> (TIB)	33
2.1.4. Teori Prospek	35
2.1.5. <i>The Affect Integrated Model of Decision-making</i> (AIMD).....	39
2.1.6. <i>Rational and Emotional Customers</i>	41
2.1.7. Jenis Investor	43
2.2. Variabel Penelitian	45

2.2.1. <i>Intention to Reinvest in Cryptocurrency</i>	50
2.2.2. <i>Control Belief</i>	54
2.2.3. <i>Positive Sentiment</i>	57
2.2.4. <i>Swift Benefit</i>	59
2.2.5. <i>Financial Literacy</i>	62
2.2.6. <i>Financial Influencer</i>	66
2.2.7. <i>Cognitive Biases</i>	70
2.2.8. Perkembangan Teknologi dalam Pasar <i>Cryptocurrency</i>	73
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	75
2.3.1. Pengaruh <i>Financial Influencer</i> terhadap <i>Control Belief</i>	76
2.3.2. Pengaruh <i>Financial Influencer</i> terhadap <i>Positive Sentiment</i>	79
2.3.3. Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Control Belief</i>	81
2.3.4. Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Positive Sentiment</i>	84
2.3.5. Pengaruh <i>Swift Benefit</i> terhadap <i>Control Belief</i>	86
2.3.6. Pengaruh <i>Swift Benefit</i> terhadap <i>Positive Sentiment</i>	89
2.3.7. Pengaruh <i>Cognitive Biases</i> terhadap <i>Control Belief</i>	92
2.3.8. Pengaruh <i>Cognitive Biases</i> terhadap <i>Positive Sentiment</i>	94
2.3.9. Pengaruh <i>Control Belief</i> terhadap <i>Intention to Reinvest in Cryptocurrency</i> .98	
2.3.10. Pengaruh <i>Positive Sentiment</i> terhadap <i>Intention to Reinvest in Cryptocurrency</i>	101
2.3.11. Peran <i>Perceived Technological Advancement</i> sebagai Variabel Moderasi pada Hubungan antara <i>Control Belief</i> dan <i>Intention to Reinvest in Cryptocurrency</i>	104

2.3.12. Peran <i>Perceived Technological Advancement</i> sebagai Variabel Moderasi pada Hubungan antara <i>Positive Sentiment</i> dan <i>Intention to Reinvest in Cryptocurrency</i>	106
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	108
BAB III.....	111
METODOLOGI PENELITIAN	111
3.1. Paradigma Penelitian.....	111
3.1.1. Etika Penulisan dan Pengumpulan Data.....	112
3.2. Objek Penelitian	114
3.3. Unit Analisis.....	117
3.4. Tipe Penelitian.....	118
3.5. Pengukuran Variabel Penelitian	121
3.6. Populasi dan Sampel	129
3.6.1. Populasi Penelitian	129
3.6.2. Sampel Penelitian	131
3.7. Pengumpulan Data	135
3.7.1. Sumber Data.....	136
3.7.2. Instrumen Pengumpulan Data	136
3.7.3. Prosedur Pengumpulan Data	138
3.7.4. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	139
3.8. Analisis Data	139
3.8.1. Metode Analisis Statistik.....	139
3.8.2. Model dalam PLS-SEM	140
3.8.3. Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	142
3.8.4. Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	142
3.8.5. Analisis CCA (<i>Composit Confirmatory Analysis</i>).....	143

3.8.6. Uji Hipotesis.....	143
3.8.7. Analisis IPMA.....	143
3.8.8. Interpretasi Hasil	144
BAB IV	145
HASIL DAN ANALISIS	145
4.1 Profil Responden	145
4.2 Analisis Deskriptif.....	150
4.3 Analisis Inferensial.....	170
4.3.1. <i>Outer Model</i>	171
4.3.2. <i>Inner Model</i>	185
4.3.3 Analisis PLS-POS.....	236
4.3.4 Analisis IPMA	241
4.4 Diskusi.....	250
BAB V.....	255
KESIMPULAN DAN SARAN.....	255
5.1 Kesimpulan.....	255
5.2 Implikasi Teoritis	259
5.3 Implikasi Manajerial.....	263
5.4 Implikasi Regulasi.....	266
5.5 Limitasi dan Saran.....	269
5.6.1 Limitasi Penelitian	269
5.6.2 Saran Penelitian	271
DAFTAR PUSTAKA	274
LAMPIRAN	303

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Top 50 Crypto Hub Cities</i>	2
Gambar 1.2. Diagram Hasil Survei Pendahuluan	10
Gambar 2.1. <i>Theoretical Framework</i>	23
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual.....	109
Gambar 3.1. Jumlah Sampel Berdasarkan <i>G*Power</i> ©	135
Gambar 4.1. Outer Model	175
Gambar 4.2. Inner Model.....	186
Gambar 4.3 <i>Simple Slope Technological Advancement</i> dari <i>Control Belief</i>	227
Gambar 4.4 Simple Slope Moderasi Technological Advancement dari <i>Positive Sentiment</i>	233
Gambar 4.5 Segmen 1 (n=269).....	238
Gambar 4.6 Segmen 2 (n=259).....	240
Gambar 4.7 Indikator IPMA	245

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Konseptual Dan Operasional Variabel.....	123
Tabel 4.1 Profil Demografi	146
Tabel 4.2 Profil Perilaku	148
Tabel 4.3 Kategori Jawaban Responden	151
Tabel 4.4 Profil Deskriptif Secara Keseluruhan	152
Tabel 4.5 Tabel Deskriptif Indikator Variabel Dependen.....	155
Tabel 4.6 Tabel Deskriptif Variabel Mediasi.....	157
Tabel 4.7 Tabel Deskriptif Indikator Variabel Moderasi.....	160
Tabel 4.8 Tabel Deskriptif Indikator Variabel Independen Aspek Rasional	162
Tabel 4.9 Tabel Deskriptif Indikator Variabel Independen Aspek Emosional	166
Tabel 4.10 Ukuran Sampel Minimum <i>Post-Hoc</i>	172
Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i>	178
Tabel 4.12 <i>Cronbach's Alpha, Rho_a, dan Rho_c</i>	180
Tabel 4.13 <i>Construct Validity AVE</i>	182
Tabel 4.14 <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	184
Tabel 4.15 <i>Inner Variance Inflation Factor (VIF)</i>	190
Tabel 4.16 Nilai <i>R-Square</i>	192
Tabel 4.17 Nilai <i>Q²-predict</i>	193
Tabel 4.18 <i>Cross Variance Predictive Ability Test (CVPAT)</i>	194
Tabel 4.19 Ukuran Efek dalam Model.....	198
Tabel 4.20 Uji Hipotesis	200
Tabel 4.21 Hasil Uji Mediasi	234
Tabel 4.22 Nilai R ² Hasil Analisis PLS-POS.....	237
Tabel 4.23 Indikator IPMA.....	242