

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari	xii
<i>Abstract</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kontribusi Penelitian.....	10
1.5.1 Kontribusi Teoritis.....	10
1.5.2 Kontribusi Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Institusional	12
2.1.2 Legitimasi.....	12
2.1.3 NFT (<i>Non-Fungible Token</i>)	14
2.1.4 <i>Public Engagement</i>	16
2.1.5 Citra Perusahaan.....	19
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	21
2.2.1 Legitimasi terhadap <i>Public Engagement</i>	21
2.2.2 Moderasi Citra Perusahaan pada Hubungan Legitimasi dan <i>Public Engagement</i>	24
2.3 Model Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Jenis, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.4.1 Legitimasi	32
3.4.2 <i>Public Engagement</i>	33
3.4.3 Citra Perusahaan	34
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.5.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.6.1 Pengujian Pengaruh Langsung dengan SEM.....	39
3.6.2 Pengujian Pengaruh Moderasi dengan SEM	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Pengumpulan Data	41
4.2 Deskripsi Responden	42
4.3 Statistik Deskriptif Data Penelitian	45
4.4 Analisis Data Awal.....	48
4.5 Hasil Uji Instrumen	48
4.5.1 Hasil Uji Validitas	48
4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.6 <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian	53
4.7 Hasil Uji Hipotesis	53
4.7.1 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Hipotesis H1, H1a, H1b, H1c) .	53
4.7.2 Hasil Pengujian Pengaruh Moderasi (Hipotesis H2)	56
4.8 Pembahasan Hipotesis	59
4.8.1 Legitimasi NFT berpengaruh terhadap <i>Public Engagement</i> pada NFT (Hipotesis 1).....	59
4.8.2 Citra Perusahaan Pertukaran Kripto Memoderasi Hubungan Legitimasi dan <i>Public Engagement</i> pada NFT (Hipotesis 2)	65
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Simpulan.....	68

5.2 Kontribusi Penelitian	70
5.2.1 Kontribusi Teoritis	70
5.2.1 Kontribusi Praktis	72
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Dimasa yang akan Datang	73
Daftar Pustaka	75
Lampiran	80

Daftar Tabel

3.1 Item Legitimasi	32
3.2 Item <i>Public Engagement</i>	33
3.3 Item Citra Perusahaan.....	34
4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	42
4.2 Daftar Perusahaan, <i>Marketplace</i> , dan Koin Kripto.....	44
4.3 Statistik Deskriptif.....	45
4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	49
4.5 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	51
4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
4.7 Indikator <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian.....	53
4.8 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....	54
4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
4.10 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	58

Daftar Gambar

2.1 Model Penelitian.....	25
4.2 <i>Scatter Plot</i> Pengaruh Citra Perusahaan.....	57

Daftar Lampiran

1. Kuesioner Penelitian.....	80
2. Lampiran Pengolahan Data.....	88