UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Persepsi Gen Z terhadap Halal Blockchain: Peran Mediasi Kepercayaan dan Minat Beli dalam Keputusan
Pembelian Frozen Food di Daerah Istimewa Yogyakarta**
Afifah Nabila Afdhalia, Ir. Nanung Danar Dono, S.pt., M.P., Ph.D., IPM., ASEAN Eng.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# DAFTAR ISI

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS ..... i**

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... ii**

**KATA PENGANTAR ..... iii**

**DAFTAR ISI ..... vi**

**DAFTAR TABEL ..... ix**

**DAFTAR GAMBAR ..... x**

**INTISARI ..... xi**

**ABSTRACT ..... xii**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Latar belakang ..... 1

1.2 Rumusan masalah ..... 6

1.3 Pertanyaan penelitian ..... 8

1.4 Tujuan penelitian ..... 9

1.5 Manfaat penelitian ..... 10

1.6 Keaslian penelitian ..... 10

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 13**

2.1 Landasan teori ..... 13

*2.1.1 Theory of planned behavior* ..... 13

2.1.2 Teori kepercayaan konsumen ..... 15

2.1.3 Keputusan pembelian ..... 17

2.1.4 *Halal supply chain* ..... 20

2.1.5 *Blockchain* dalam rantai pasok halal ..... 21

Persepsi Gen Z terhadap Halal Blockchain: Peran Mediasi Kepercayaan dan Minat Beli dalam Keputusan
Pembelian Frozen Food di Daerah Istimewa Yogyakarta
Afifah Nabila Afdhalia, Ir. Nanung Danar Dono, S.pt., M.P., Ph.D., IPM., ASEAN Eng.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.6 Prinsip halal ..... 25

2.2 Temuan terdahulu ..... 29

2.3 Hipotesis penelitian ..... 35

**BAB III METODE PENELITIAN ..... 37**

3.1 Jenis dan sumber data ..... 37

3.2 Populasi dan sampel penelitian ..... 38

3.3 Definisi operasional variabel ..... 40

3.4 Metode analisis data ..... 45

3.5 Spesifikasi model ..... 46

3.6 Evaluasi model pengukuran (*outer model*) ..... 47

3.7 Evaluasi model struktural (*inner model*) ..... 48

3.8 Pengujian hipotesis ..... 51

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 53**

4.1 Gambaran umum responden ..... 53

4.2 Hasil evaluasi model pengukuran (*outer model*) ..... 56

*4.2.1 Convergent validity* ..... 57

*4.2.2 Discriminant validity* ..... 60

*4.2.3 Construct reliability* ..... 62

4.3 Hasil evaluasi model struktural (*inner model*) ..... 63

4.4 Hasil uji hipotesis ..... 68

4.4.1 Pengujian efek langsung ..... 68

4.4.2 Pengujian efek tidak langsung ..... 71

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Persepsi Gen Z terhadap Halal Blockchain: Peran Mediasi Kepercayaan dan Minat Beli dalam Keputusan**
**Pembelian Frozen Food di Daerah Istimewa Yogyakarta**
Afifah Nabila Afdhalia, Ir. Nanung Danar Dono, S.pt., M.P., Ph.D., IPM., ASEAN Eng.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

4.5 Pembahasan hipotesis penelitian ..... 73

4.5.1 Pengaruh persepsi *blockchain* terhadap kepercayaan ..... 73

4.5.2 Pengaruh persepsi *blockchain* terhadap minat beli (H2)..... 75

4.5.3 Pengaruh persepsi *blockchain* terhadap keputusan pembelian (H3)... 77

4.5.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ..... 80

4.5.5 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian ..... 83

4.5.6 Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian ..... 85

4.5.7 Kepercayaan memediasi pengaruh persepsi *blockchain* terhadap keputusan pembelian ..... 88

4.5.8 Minat beli memediasi pengaruh persepsi *blockchain* terhadap keputusan pembelian ..... 89

4.5.9 Kepercayaan dan minat beli secara berantai memediasi pengaruh persepsi *blockchain* terhadap keputusan pembelian ..... 91

**BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI ..... 95**

5.1 Kesimpulan ..... 95

5.2 Implikasi kebijakan ..... 96

5.3 Keterbatasan *penelitian* ..... 97

**DAFTAR PUSTAKA..... 99**

**LAMPIRAN..... 108**