

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

Usia :.....

Jenis Kelamin :.....

Pendidikan Terakhir :.....

Pengalaman Pengguna :.....

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah sejumlah pernyataan di bawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan Anda secara objektif dengan memberi tanda silang ($\sqrt{}$) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut Anda paling tepat.

Tanda	Keterangan	Bobot
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak setuju	2
STS	Sangat tidak setuju	1

3. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian Anda terhadap isi setiap pernyataan.
4. Pilihan jawaban yang tersedia sesuai yang Anda Rasakan!

5. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.
6. Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademis saja. Identitas dari Anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

No	ITEM PERNYATAAN	INDIKATOR	Sumber Referensi	SKALA				
				STS	TS	N	S	SS
	BLOCKCHAIN							
1	Saya bisa melihat informasi stok produk kopi dengan jelas saat memesan.	Transparansi	(Manuel Utz, dkk. 2023)					
2	Sistem yang digunakan memudahkan saya melihat informasi pesanan saya.		(Chang, A., dkk.2022)					
3	Catatan transaksi yang saya lihat jelas dan mudah dimengerti.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					
4	Saya bisa memeriksa setiap langkah transaksi pembelian saya dengan mudah.		(Cozzio, dkk 2023)					
5	Saya bisa melihat semua informasi dari stok produk, pesanan, hingga pembayaran.		(Cozzio, dkk 2023)					
1	Saya merasa aman saat membeli kopi melalui sistem yang digunakan.	Keamanan	(Manuel Utz, dkk. 2023)					
2	Saya yakin sistem yang digunakan mengurangi risiko pencurian data saat transaksi.		(Chang, A., dkk.2022)					
3	Saya yakin data pembelian saya tidak bisa diubah sembarangan.		(Chang, A., dkk.2022)					
4	Saya yakin sistem ini menjaga keamanan dan kerahasiaan data saya.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					
5	Saya percaya data saya terlindungi dari pemalsuan saat bertransaksi.		(Cozzio, dkk 2023)					
1	Saya merasa data pembelian saya tercatat dengan rapi dan akurat.	Keandalan	(Chang, A., dkk.2022)					
2	Saya percaya sistem ini membuat catatan pembelian saya lebih terpercaya.		(Chang, A., dkk.2022)					
3	Saya yakin informasi pembelian tidak bisa diubah tanpa izin.		(Chang, A., dkk.2022)					
4	Saya percaya sistem ini bisa diandalkan untuk menyimpan data transaksi saya.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					
5	Saya yakin informasi pembelian selalu tersedia dan bisa saya akses kapan saja.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					

No	ITEM PERNYATAAN	INDIKATOR	Sumber Referensi	SKALA				
				STS	TS	N	S	SS
6	Saya mengandalkan sistem ini untuk menyimpan data transaksi saya secara akurat dan konsisten.		(Cozzio, dkk 2023)					
1	Saya jadi lebih percaya dengan UMKM kopi karena sistem pencatatannya jelas.	Kredibilitas	(Chang, A., dkk.2022)					
2	Saya percaya penggunaan sistem ini meningkatkan reputasi UMKM Kopi Ketje.		(Chang, A., dkk.2022)					
3	Saya merasa sistem ini bisa dipercaya untuk menyimpan data pembelian saya.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					
4	Saya yakin sistem ini menjaga keamanan dan keutuhan data transaksi saya.		(Mahjoub Y.I, dkk. 2022)					
5	Saya lebih percaya transaksi dengan sistem ini dibandingkan sistem biasa.		(Cozzio, dkk 2023)					
	VALUE CHAIN							
1	Saya merasa proses produksi di UMKM Kopi Ketje efisien.	Operasi	(Kamisali,. Dkk 2020)					
2	UMKM Kopi Ketje selalu menghasilkan produk berkualitas tinggi yang saya nikmati.		(Kamisali,. Dkk 2020)					
3	Saya merasa proses produksi di UMKM Kopi Ketje selalu konsisten.		(Dyah,. Dkk 2022)					
4	Saya merasa proses produksi di UMKM Kopi Ketje ramah lingkungan.		(Sabina,. Dkk 2019)					
1	Produk UMKM Kopi Ketje selalu dikirim tepat waktu.	Logistik Keluar	(Kamisali,. Dkk 2020)					
2	Pengiriman produk UMKM Kopi Ketje berjalan lancar tanpa banyak kendala.		(Kamisali,. Dkk 2020)					
3	Produk dari UMKM Kopi Ketje selalu tiba dalam kondisi baik.		(Sabina,. Dkk 2019)					
4	Produk kopi UMKM Kopi Ketje disajikan dengan baik sebelum dikirim.		(Dyah,. Dkk 2022)					
5	Pengiriman kopi UMKM Kopi Ketje memperhatikan efisiensi waktu.		(Dyah,. Dkk 2022)					

No	ITEM PERNYATAAN	INDIKATOR	Sumber Referensi	SKALA				
				STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa strategi pemasaran UMKM Kopi Ketje efektif menarik pelanggan.	Pemasaran dan Penjualan	(Kamisali,. Dkk 2020)					
2	UMKM Kopi Ketje punya jaringan penjualan luas dan mudah diakses.		(Kamisali,. Dkk 2020)					
3	Saya tertarik dengan promosi UMKM Kopi Ketje.		(Dyah,. Dkk 2022)					
4	Saya sering melihat promosi UMKM Kopi Ketje di media sosial.		(Dyah,. Dkk 2022)					
5	Saya tahu produk UMKM Kopi Ketje dari media sosial atau iklan online.		(Sabina,. Dkk 2019)					
1	Saya merasa UMKM Kopi Ketje selalu memberikan layanan yang memuaskan.	Layanan	(Kamisali,. Dkk 2020)					
2	UMKM Kopi Ketje responsif terhadap keluhan dan masukan saya.		(Kamisali,. Dkk 2020)					
3	Saya selalu menerima produk yang sesuai dengan pesanan saya di UMKM Kopi Ketje.		(Sabina,. Dkk 2019)					
	CUSTOMER VALUE							
1	Saya merasa informasi asal-usul produk UMKM Kopi Ketje sangat transparan.	Nilai Fungsionalitas	(Liu, 2021)					
2	Saya merasa informasi produk dari UMKM Kopi Ketje akurat dan benar.		(Liu, 2021)					
3	Saya merasa data pribadi saya aman saat bertransaksi di UMKM Kopi Ketje.		(Liu, 2021)					
4	Saya percaya kualitas produk UMKM Kopi Ketje sangat baik dan kredibel.		(Liu, 2021)					
5	Proses pembelian di UMKM Kopi Ketje sangat efisien dan mudah.		(Liu, 2021)					
1	Saya merasa aman dan puas dengan kopi dari UMKM Kopi Ketje.	Nilai Emosional	(Zaera,. Dkk 2023)					
2	Saya merasa UMKM Kopi Ketje peduli dengan kebutuhan informasi yang transparan dan aman.		(Zaera,. Dkk 2023)					
3	Berbelanja di UMKM Kopi Ketje sangat menyenangkan bagi saya.		(Zaera,. Dkk 2023)					

No	ITEM PERNYATAAN	INDIKATOR	Sumber Referensi	SKALA				
				STS	TS	N	S	SS
4	Saya bangga menjadi bagian dari komunitas pelanggan UMKM Kopi Ketje.		(Zaera,. Dkk 2023)					
5	Pengalaman saya dengan UMKM Kopi Ketje semakin positif.		(Zaera,. Dkk 2023)					
1	Saya merasa lebih terhubung dengan UMKM Kopi Ketje karena kemudahan akses dan transparansi transaksi.	Nilai Sosial	(Perea,. Dkk 2023)					
2	Saya merasa lebih terlibat sebagai bagian dari komunitas pelanggan UMKM Kopi Ketje.		(Perea,. Dkk 2023)					
3	Saya merasa lebih terhubung dengan pelanggan lain di UMKM Kopi Ketje.		(Blut,. Dkk 2023)					
4	Saya merasa Kopi Ketje beroperasi secara etis dan bertanggung jawab sosial.		(Blut,. Dkk 2023)					
5	Saya merasa citra sosial UMKM Kopi Ketje sangat baik.		(Blut,. Dkk 2023)					
	CUSTOMER LOYALTY							
1	Saya pasti akan membeli kembali produk/layanan dari UMKM Kopi Ketje di masa mendatang.	Niat untuk membeli kembali	(Urdea,. Dkk 2021)					
2	Saya puas dengan produk/layanan UMKM Kopi Ketje dan akan terus melakukan pembelian ulang.		(Urdea,. Dkk 2021)					
3	Saya tidak akan beralih ke merek lain dan tetap membeli dari UMKM Kopi Ketje		(Urdea,. Dkk 2021)					
4	Saya nyaman dengan kualitas produk/layanan UMKM Kopi Ketje dan akan terus membeli dari mereka.		(Urdea,. Dkk 2021)					
5	Harga UMKM Kopi Ketje sesuai dengan nilai yang saya terima, jadi saya akan tetap membeli dari mereka.		(Urdea,. Dkk 2021)					
1	Saya akan merekomendasikan UMKM Kopi Ketje kepada teman dan keluarga.	Rekomendasi Produk/Layanan	(Urdea,. Dkk 2021)					
2	Saya merasa produk/layanan UMKM Kopi Ketje layak direkomendasikan.		(Urdea,. Dkk 2021)					

No	ITEM PERNYATAAN	INDIKATOR	Sumber Referensi	SKALA				
				STS	TS	N	S	SS
3	Saya sering memberi tahu orang lain tentang pengalaman positif saya dengan UMKM Kopi Ketje.		(Urdea,. Dkk 2021)					
4	Saya percaya orang lain juga akan mendapatkan pengalaman positif dengan produk/layanan UMKM Kopi Ketje.		(Urdea,. Dkk 2021)					
5	Saya sering memberikan ulasan positif tentang UMKM Kopi Ketje di platform online.		(Urdea,. Dkk 2021)					
1	Saya aktif mendukung UMKM Kopi Ketje di media sosial.	Keterlibatan dalam Dukungan atau Promosi Merek	(Urdea,. Dkk 2021)					
2	Saya sering membagikan konten UMKM Kopi Ketje di media sosial saya.		(Urdea,. Dkk 2021)					
3	Saya bangga menjadi pelanggan UMKM Kopi Ketje dan senang mempromosikannya.		(Urdea,. Dkk 2021)					
4	Saya berpartisipasi dalam acara atau kegiatan UMKM Kopi Ketje.		(Urdea,. Dkk 2021)					
5	Saya mendukung kampanye UMKM Kopi Ketje melalui jaringan pribadi saya.		(Urdea,. Dkk 2021)					

LAMPIRAN 2: DATA RESPONDEN

Usia

Kategori	Frekuensi	Persentase
<20	48	20.00
20-25	50	20.83
26-30	20	8.33
31-35	37	15.42
36-40	36	15.00
41-45	17	7.08
46-50	13	5.42
51-55	17	7.08
56-60	2	0.83
Jumlah	240	100

Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Pria	154	64.17
Wanita	86	35.83
Total	240	100

Pendidikan Terakhir

Kategori	Frekuensi	Prosentase
SMA	73	30.42
Sarjana	94	39.17
Magister	73	30.42
Total	240	100

Pengalaman Pengguna

Pengalaman	Frekuensi	Prosentase
1 Tahun	39	16.25
2 Tahun	23	9.58
Kurang dari 1 Tahun	58	24.17
Lebih dari 2 Tahun	120	50.00
Total	240	100

Data Variabel Blockchain dan Value Chain

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
1	4	3	3	4	1	4	4	4	4
2	5	5	5	5	2	5	4	5	5
3	4	4	4	5	3	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	3	3
6	5	5	5	5	6	4	3	2	2
7	4	4	4	4	7	4	4	4	4
8	4	4	3	3	8	4	5	4	5
9	5	5	5	4	9	4	2	3	4
10	4	4	4	3	10	3	3	2	3
11	5	4	4	3	11	3	3	2	2
12	4	4	4	4	12	4	4	3	4
13	4	4	4	4	13	4	4	4	4
14	4	3	3	3	14	5	5	3	5
15	4	4	3	4	15	3	3	3	3
16	4	3	4	4	16	4	3	4	4
17	4	4	4	3	17	3	3	2	3
18	4	4	4	4	18	3	3	3	3
19	5	5	5	4	19	4	4	4	4
20	4	3	4	4	20	4	3	3	3
21	4	4	3	4	21	4	3	3	3
22	5	4	4	3	22	5	4	4	5
23	5	4	4	3	23	4	4	3	4
24	4	4	4	4	24	5	5	4	5
25	4	4	4	4	25	5	5	5	5
26	5	5	5	4	26	4	4	4	4
27	5	4	4	5	27	4	4	4	4
28	4	4	4	4	28	4	5	5	5
29	4	4	4	4	29	3	3	3	3
30	5	4	4	3	30	5	5	4	5
31	4	4	4	4	31	3	3	3	3
32	5	4	5	5	32	4	5	4	4
33	5	5	4	5	33	4	3	3	3
34	4	4	4	4	34	4	4	3	4
35	4	4	4	4	35	4	4	4	4
36	3	4	4	4	36	4	3	3	3
37	5	4	4	4	37	3	3	3	2
38	5	4	4	3	38	4	2	3	2
39	4	3	4	4	39	3	3	2	3
40	5	5	4	5	40	4	4	4	4
41	4	4	4	4	41	4	5	5	5
42	4	4	4	4	42	4	4	4	4
43	4	4	4	4	43	4	3	3	3

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
44	4	4	4	4	44	4	5	5	5
45	4	3	3	4	45	3	3	3	3
46	5	4	4	4	46	5	5	5	5
47	5	4	4	4	47	4	4	4	4
48	5	4	4	3	48	5	3	4	4
49	4	4	4	3	49	4	4	3	4
50	4	4	4	4	50	5	5	5	5
51	4	4	4	3	51	4	4	4	4
52	4	3	3	3	52	5	4	4	4
53	4	3	3	3	53	5	5	5	5
54	4	4	4	4	54	4	4	3	4
55	4	3	4	4	55	3	3	3	3
56	4	4	4	4	56	4	4	4	4
57	5	4	4	4	57	5	4	4	4
58	5	4	4	4	58	4	4	4	4
59	5	4	4	4	59	4	4	4	4
60	4	4	4	5	60	4	4	4	4
61	5	4	4	5	61	4	4	4	4
62	4	4	4	5	62	5	5	5	5
63	4	4	4	4	63	5	4	4	5
64	4	4	4	4	64	4	4	4	4
65	4	3	4	3	65	4	4	4	4
66	5	4	3	3	66	5	5	5	5
67	5	5	5	5	67	4	4	4	4
68	4	4	4	5	68	3	3	3	3
69	4	4	4	5	69	4	4	4	4
70	5	4	3	3	70	5	4	4	4
71	5	5	5	5	71	4	4	4	4
72	5	5	5	4	72	5	5	5	4
73	4	4	4	5	73	4	4	4	4
74	5	5	5	5	74	5	5	5	5
75	4	4	4	3	75	4	5	4	5
76	5	5	5	4	76	5	5	5	5
77	4	4	4	4	77	5	5	5	5
78	4	4	4	3	78	5	4	4	4
79	5	5	5	5	79	5	4	3	3
80	5	4	3	4	80	4	4	4	4
81	4	4	4	4	81	5	4	4	4
82	4	4	4	4	82	4	4	3	4
83	4	4	4	4	83	4	4	3	4
84	5	5	5	5	84	5	4	3	3
85	4	3	4	4	85	4	4	5	4
86	5	5	5	5	86	4	4	4	4
87	5	5	4	5	87	4	4	4	4
88	5	5	4	5	88	4	5	4	5

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
89	4	3	4	4	89	4	4	4	4
90	5	4	4	4	90	5	3	4	4
91	5	5	5	5	91	5	5	5	5
92	5	4	4	4	92	4	4	4	4
93	5	5	4	5	93	5	5	5	5
94	5	5	4	4	94	5	5	5	5
95	5	4	4	5	95	5	4	4	4
96	4	4	4	4	96	4	4	4	4
97	5	4	5	5	97	4	4	3	4
98	5	5	5	4	98	5	5	5	4
99	4	4	4	3	99	4	4	4	4
100	4	4	4	4	100	4	4	4	4
101	5	5	5	5	101	4	4	4	4
102	4	4	3	4	102	4	4	4	4
103	5	5	5	5	103	4	5	5	5
104	5	5	5	5	104	4	4	4	4
105	5	4	4	3	105	5	5	5	5
106	4	4	4	4	106	4	4	4	4
107	5	5	4	5	107	5	5	5	5
108	5	5	5	5	108	5	5	5	4
109	4	4	4	3	109	4	4	4	4
110	5	4	4	5	110	4	5	4	5
111	5	4	5	3	111	4	4	4	4
112	5	5	4	5	112	3	3	3	3
113	5	4	4	5	113	4	4	4	4
114	5	5	5	5	114	3	3	4	3
115	5	5	5	5	115	5	2	3	3
116	5	5	5	5	116	3	3	3	3
117	5	4	4	5	117	5	4	4	3
118	5	5	4	4	118	5	4	2	2
119	5	5	5	5	119	3	3	3	3
120	5	4	4	5	120	4	4	4	4
121	4	4	3	3	121	4	3	3	4
122	5	5	5	4	122	3	3	3	4
123	4	4	4	4	123	4	3	3	3
124	4	4	4	4	124	4	3	3	3
125	4	4	4	4	125	5	4	3	4
126	4	4	4	4	126	3	3	3	2
127	4	3	3	3	127	3	3	3	4
128	4	4	3	4	128	4	3	2	3
129	4	3	3	4	129	3	3	3	2
130	4	4	4	4	130	4	3	4	3
131	5	5	4	5	131	4	3	4	4
132	5	5	5	5	132	3	3	3	3
133	5	5	4	5	133	5	4	3	3

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
134	4	4	4	4	134	4	4	3	3
135	5	5	5	5	135	5	3	4	3
136	4	4	4	4	136	3	3	2	3
137	4	4	4	4	137	5	3	3	4
138	4	4	4	4	138	3	3	4	4
139	5	5	5	5	139	3	3	2	3
140	5	5	5	4	140	3	2	3	3
141	5	5	5	5	141	4	4	3	4
142	5	5	5	5	142	3	4	3	4
143	5	5	4	5	143	3	2	3	3
144	4	4	4	4	144	3	3	3	3
145	4	5	4	5	145	3	3	3	2
146	5	5	4	3	146	3	3	3	4
147	5	5	5	4	147	2	3	3	4
148	5	4	4	5	148	3	3	3	3
149	5	5	4	4	149	5	3	3	3
150	4	4	4	4	150	4	3	3	4
151	5	5	4	4	151	3	3	3	3
152	5	5	4	3	152	3	3	3	3
153	5	5	4	3	153	3	2	4	3
154	4	4	4	4	154	3	3	3	3
155	5	5	5	4	155	3	3	3	4
156	4	4	3	5	156	3	3	3	2
157	4	4	4	4	157	3	3	3	3
158	4	3	3	5	158	4	3	3	3
159	4	3	3	5	159	3	4	3	5
160	5	5	5	5	160	5	3	3	5
161	4	4	4	3	161	3	3	3	3
162	4	4	3	3	162	4	3	3	4
163	4	3	3	3	163	3	2	3	3
164	4	4	3	3	164	3	3	3	3
165	4	3	3	3	165	3	4	2	2
166	4	3	3	3	166	3	3	4	2
167	4	4	4	4	167	3	3	3	2
168	4	3	4	4	168	3	4	3	3
169	5	5	5	5	169	2	2	3	3
170	4	4	4	4	170	4	3	3	3
171	5	5	5	5	171	2	3	3	3
172	4	4	4	4	172	2	2	3	3
173	4	4	4	4	173	3	4	3	3
174	5	5	5	5	174	4	3	4	3
175	5	5	5	5	175	2	3	3	2
176	4	4	4	4	176	4	3	3	3
177	5	5	5	5	177	3	3	2	4
178	4	3	4	3	178	3	3	2	2

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
179	5	4	5	5	179	3	4	3	2
180	5	5	5	5	180	4	4	4	3
181	4	4	4	4	181	3	3	3	3
182	4	4	4	4	182	2	3	3	4
183	4	4	3	3	183	4	2	4	5
184	5	5	5	5	184	3	3	3	3
185	5	5	5	5	185	3	3	4	4
186	4	4	4	4	186	2	4	3	2
187	5	5	5	5	187	3	3	3	3
188	5	3	4	3	188	4	3	3	4
189	5	5	5	5	189	3	3	4	3
190	5	4	4	4	190	3	3	3	3
191	5	3	3	3	191	3	3	4	3
192	3	3	3	3	192	3	3	2	3
193	4	4	4	4	193	2	3	2	3
194	4	3	4	4	194	3	4	3	3
195	4	4	4	4	195	3	3	3	3
196	5	3	3	4	196	2	3	3	3
197	4	4	3	4	197	3	3	3	3
198	4	3	3	4	198	3	3	3	4
199	4	3	4	4	199	3	3	3	3
200	5	3	4	4	200	3	2	3	3
201	5	5	5	5	201	3	4	4	4
202	5	3	4	4	202	3	2	3	3
203	4	4	4	4	203	4	3	3	5
204	5	5	5	5	204	4	3	4	4
205	5	4	4	4	205	5	3	4	3
206	5	5	5	5	206	3	4	3	3
207	5	5	5	5	207	3	3	3	3
208	5	4	3	4	208	4	3	3	3
209	4	4	4	4	209	2	3	3	3
210	5	4	5	4	210	4	4	3	3
211	5	5	5	4	211	4	3	4	4
212	4	4	4	4	212	3	3	3	3
213	4	4	4	4	213	4	3	3	2
214	5	5	5	5	214	3	3	4	2
215	4	4	3	4	215	3	3	3	3
216	5	4	5	4	216	3	4	2	4
217	5	5	5	5	217	3	3	3	3
218	4	4	5	5	218	4	4	3	3
219	4	4	4	4	219	3	3	4	3
220	5	5	5	5	220	3	3	3	2
221	5	5	5	5	221	2	3	3	2
222	5	4	5	5	222	3	3	3	4
223	4	4	4	4	223	4	2	3	4

No	BC1	BC2	BC3	BC4	No	VC1	VC2	VC3	VC4
224	5	4	5	5	224	4	4	2	2
225	5	5	4	5	225	3	3	3	3
226	4	4	4	4	226	4	3	4	4
227	5	3	3	3	227	3	3	3	2
228	4	3	3	3	228	4	3	3	3
229	4	5	5	5	229	3	4	3	4
230	4	3	4	4	230	3	3	4	4
231	4	3	4	3	231	4	4	3	2
232	5	4	4	3	232	2	3	3	3
233	4	4	4	4	233	3	3	4	4
234	4	4	4	3	234	3	3	3	3
235	5	4	4	3	235	3	3	3	3
236	4	3	3	3	236	2	3	3	3
237	4	3	4	3	237	3	3	4	4
238	4	4	4	4	238	4	3	3	3
239	4	3	4	3	239	4	3	3	3
240	4	3	3	3	240	3	3	3	3
Jumlah	1074	993	986	989	Jumlah	892	849	832	854

Data Variabel Customer Value dan Customer Loyalty

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
1	3	4	4	1	4	4	3
2	3	4	4	2	4	4	4
3	4	5	5	3	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	6	5	5	5
7	4	4	4	7	5	4	4
8	4	5	5	8	5	5	4
9	4	5	5	9	5	5	5
10	5	5	5	10	5	5	5
11	4	5	5	11	5	5	5
12	4	4	4	12	5	4	5
13	4	4	4	13	4	4	4
14	5	5	3	14	4	4	4
15	3	3	3	15	3	3	3
16	5	5	5	16	5	4	4
17	5	5	5	17	5	5	5
18	4	3	3	18	3	3	3
19	3	4	4	19	4	4	4
20	4	3	4	20	3	4	4

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
21	3	4	3	21	4	5	5
22	4	5	5	22	5	4	5
23	5	4	3	23	3	3	3
24	5	5	5	24	5	5	5
25	4	5	5	25	5	4	5
26	4	4	4	26	3	3	3
27	5	4	5	27	4	5	4
28	5	5	5	28	5	5	5
29	4	4	3	29	4	4	4
30	4	4	4	30	5	5	5
31	4	3	3	31	4	5	4
32	5	5	5	32	5	5	5
33	4	5	5	33	5	4	5
34	5	5	4	34	4	5	4
35	4	3	3	35	4	4	4
36	3	3	3	36	3	3	3
37	4	4	3	37	3	3	3
38	4	3	3	38	3	3	3
39	5	5	5	39	5	5	5
40	5	5	5	40	5	4	5
41	4	5	5	41	5	5	5
42	4	4	5	42	4	4	4
43	4	3	4	43	5	4	5
44	4	4	4	44	5	5	5
45	3	3	3	45	3	3	3
46	5	5	5	46	5	4	5
47	4	4	4	47	4	4	4
48	4	3	5	48	5	5	4
49	4	4	3	49	4	4	4
50	4	5	5	50	5	5	5
51	4	5	5	51	4	5	5
52	3	5	5	52	5	5	5
53	4	5	4	53	5	4	4
54	4	4	5	54	5	4	5
55	4	3	3	55	3	3	3
56	4	4	4	56	4	4	4
57	3	3	3	57	3	4	4
58	4	4	4	58	4	4	4
59	4	4	5	59	4	4	4
60	4	4	4	60	4	4	3
61	4	4	5	61	4	4	4
62	5	5	5	62	5	5	5
63	4	5	5	63	5	5	5
64	4	4	4	64	3	3	3
65	4	5	5	65	4	3	3

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
66	5	5	5	66	5	5	5
67	4	4	5	67	4	5	5
68	4	3	3	68	3	4	3
69	4	4	4	69	4	4	4
70	5	5	5	70	4	4	4
71	4	4	4	71	5	4	5
72	5	5	5	72	5	5	5
73	4	4	4	73	5	4	5
74	4	5	5	74	5	5	5
75	5	5	5	75	5	5	5
76	5	5	5	76	5	5	5
77	4	4	5	77	4	5	5
78	4	4	4	78	4	5	5
79	4	3	3	79	4	5	5
80	4	4	5	80	4	3	4
81	3	3	3	81	5	5	5
82	4	3	3	82	4	4	4
83	4	3	4	83	4	5	4
84	3	4	3	84	4	4	4
85	3	4	4	85	4	5	5
86	3	4	4	86	4	5	4
87	5	5	4	87	4	5	4
88	5	5	5	88	5	5	5
89	3	4	4	89	5	5	5
90	4	3	4	90	4	4	5
91	5	5	5	91	5	5	5
92	4	5	5	92	5	5	5
93	5	5	5	93	5	5	5
94	5	5	5	94	5	5	5
95	4	5	5	95	5	5	5
96	4	4	4	96	4	4	4
97	3	4	4	97	4	4	4
98	4	5	5	98	5	4	5
99	2	3	3	99	5	5	5
100	4	4	4	100	4	4	4
101	4	5	5	101	4	5	4
102	4	4	4	102	4	4	4
103	4	4	4	103	5	5	5
104	4	4	4	104	4	5	4
105	5	5	5	105	5	5	5
106	5	5	4	106	5	4	5
107	5	5	5	107	5	4	5
108	4	4	4	108	5	5	5
109	4	4	4	109	4	4	4
110	4	4	4	110	5	5	5

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
111	4	4	4	111	4	4	4
112	4	5	5	112	4	4	4
113	4	5	5	113	4	5	5
114	5	5	5	114	5	4	5
115	4	5	5	115	4	4	4
116	4	5	4	116	5	5	5
117	4	5	5	117	5	5	5
118	4	4	4	118	5	4	5
119	4	4	4	119	4	4	4
120	5	5	5	120	5	5	5
121	4	4	4	121	5	5	5
122	4	4	4	122	5	5	5
123	4	4	4	123	5	4	5
124	5	5	4	124	4	4	5
125	5	5	5	125	5	4	5
126	5	5	5	126	3	3	3
127	4	4	4	127	4	4	4
128	4	4	4	128	5	5	5
129	4	4	4	129	3	3	3
130	4	4	4	130	4	4	4
131	4	4	4	131	4	3	4
132	4	4	4	132	4	3	4
133	3	4	4	133	5	5	5
134	3	3	4	134	4	3	4
135	4	4	4	135	5	5	5
136	4	4	3	136	4	5	5
137	4	5	5	137	3	3	4
138	4	4	4	138	4	4	4
139	4	4	4	139	5	5	4
140	4	4	4	140	4	4	3
141	4	5	5	141	5	5	5
142	4	5	5	142	4	4	3
143	4	4	3	143	4	5	5
144	5	5	5	144	5	5	5
145	4	4	3	145	4	4	5
146	4	4	4	146	4	4	5
147	4	4	4	147	3	3	3
148	5	4	4	148	5	5	4
149	4	5	4	149	5	5	4
150	5	4	4	150	5	5	5
151	5	4	5	151	4	4	4
152	3	3	3	152	5	5	5
153	4	4	4	153	4	4	4
154	5	4	5	154	4	4	4
155	4	5	5	155	5	5	5

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
156	4	5	5	156	3	3	3
157	5	5	5	157	5	4	5
158	4	5	5	158	4	4	4
159	4	5	4	159	4	5	3
160	4	5	5	160	4	4	4
161	4	4	4	161	5	5	5
162	4	4	4	162	4	4	4
163	5	5	5	163	5	5	5
164	4	4	4	164	3	3	5
165	4	4	4	165	4	4	5
166	4	4	4	166	3	3	4
167	5	5	4	167	4	4	4
168	5	5	5	168	4	4	3
169	5	5	5	169	4	4	4
170	4	4	4	170	4	4	4
171	4	4	4	171	4	4	5
172	4	4	4	172	4	4	4
173	4	4	4	173	5	5	5
174	3	3	3	174	5	5	4
175	5	5	5	175	4	3	4
176	4	4	3	176	4	3	3
177	4	4	4	177	5	5	5
178	4	4	4	178	5	5	4
179	5	4	4	179	3	3	3
180	4	4	4	180	4	3	3
181	5	4	4	181	4	4	3
182	5	4	5	182	5	4	4
183	3	3	3	183	5	5	5
184	4	4	4	184	5	5	5
185	5	4	5	185	5	5	5
186	3	4	4	186	5	5	4
187	4	4	4	187	5	5	5
188	4	3	4	188	5	5	5
189	4	4	5	189	4	4	4
190	4	4	4	190	5	4	5
191	4	4	4	191	4	4	4
192	3	4	4	192	5	5	5
193	4	4	4	193	4	4	4
194	4	4	4	194	4	3	5
195	4	5	5	195	4	4	3
196	4	5	5	196	4	4	4
197	4	4	3	197	4	4	4
198	5	5	5	198	4	4	4
199	5	5	5	199	5	5	4
200	5	4	5	200	4	4	4

No	CV1	CV2	CV3	No	CL1	CL2	CL3
201	5	4	5	201	4	4	3
202	3	5	5	202	5	5	5
203	4	4	5	203	4	4	4
204	5	5	5	204	5	5	5
205	5	5	5	205	5	5	5
206	5	5	5	206	5	4	5
207	4	4	4	207	5	4	4
208	5	4	5	208	4	4	4
209	4	5	4	209	5	5	5
210	5	5	5	210	4	4	4
211	4	4	4	211	4	4	4
212	3	4	4	212	5	4	4
213	3	4	4	213	5	4	4
214	5	5	5	214	5	5	4
215	5	4	5	215	4	4	4
216	5	5	5	216	5	4	5
217	5	5	4	217	5	4	4
218	5	5	5	218	5	5	5
219	4	5	5	219	5	5	4
220	5	4	5	220	4	4	4
221	5	5	5	221	5	5	4
222	3	3	4	222	4	4	4
223	4	5	5	223	5	5	5
224	5	4	5	224	4	5	5
225	4	4	4	225	4	4	4
226	3	4	3	226	4	4	4
227	5	5	4	227	5	5	5
228	5	4	5	228	5	4	4
229	3	4	4	229	4	4	4
230	3	4	4	230	4	4	4
231	3	4	4	231	4	4	4
232	5	5	5	232	4	5	5
233	3	4	4	233	4	4	4
234	4	5	5	234	4	4	4
235	5	4	5	235	4	4	4
236	5	5	5	236	5	5	5
237	5	5	5	237	5	5	5
238	3	4	4	238	4	4	4
239	5	4	4	239	4	3	3
240	3	4	4	240	4	3	3
Jumlah	998	1030	1034	Jumlah	1047	1031	1038

UJI PERSYARATAN ANALISIS MENGGUNAKAN SPSS

UJI MEAN

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
<i>Blockchain</i>	240	3	5	4.21	0.633
<i>Value Chain</i>	240	2	5	3.57	0.800
<i>Customer Value</i>	240	2	5	4.25	0.662
<i>Customer Loyalty</i>	240	3	5	4.33	0.668

UJI VALIDITAS

Variabel Blockchain

		Correlations				
		BC1	BC2	BC3	BC4	Blockchain
BC1	Pearson Correlation	1	.598**	.534**	.397**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240
BC2	Pearson Correlation	.598**	1	.690**	.558**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240
BC3	Pearson Correlation	.534**	.690**	1	.561**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240	240
BC4	Pearson Correlation	.397**	.558**	.561**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240	240
Blockchain	Pearson Correlation	.741**	.873**	.853**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240	240

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Value Chain

		Correlations				
		VC1	VC2	VC3	VC4	Value Chain
VC1	Pearson Correlation	1	.572**	.549**	.546**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240
VC2	Pearson Correlation	.572**	1	.620**	.618**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240	240
VC3	Pearson Correlation	.549**	.620**	1	.665**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240	240
VC4	Pearson Correlation	.546**	.618**	.665**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240	240
Value Chain	Pearson Correlation	.802**	.839**	.844**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240	240

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Customer Value

		Correlations			
		CV1	CV2	CV3	Customer Value
CV1	Pearson Correlation	1	.520**	.523**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240
CV2	Pearson Correlation	.520**	1	.707**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240
CV3	Pearson Correlation	.523**	.707**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240
Customer Value	Pearson Correlation	.801**	.871**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Customer Loyalty

Correlations

		CL1	CL2	CL3	Customer Loyalty
CL1	Pearson Correlation	1	.688**	.706**	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	240	240	240	240
CL2	Pearson Correlation	.688**	1	.661**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	240	240	240	240
CL3	Pearson Correlation	.706**	.661**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	240	240	240	240
Customer Loyalty	Pearson Correlation	.894**	.881**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	240	240	240	240

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Blockchain

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	4

Value Chain

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	4

Customer Value**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	3

Customer Loyalty**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	3

UJI NORMALITAS KOLMOGOROV SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

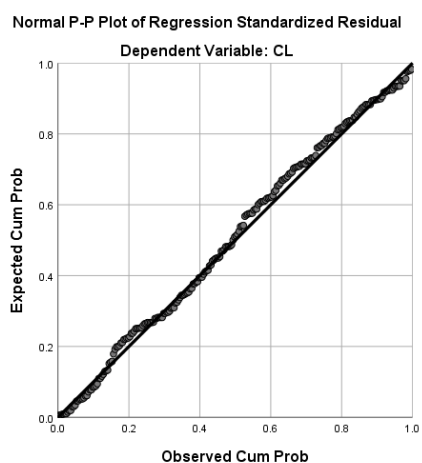
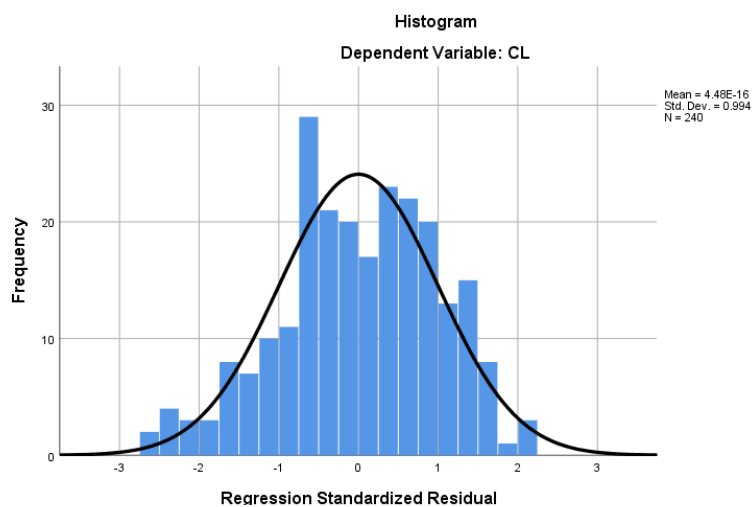
		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63234195
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.030
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



UJI HOMOGENITAS

Blockchain to Customer Loyalty

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
LagY	Based on Mean	.861	7	230	.538
	Based on Median	.518	7	230	.820
	Based on Median and with adjusted df	.518	7	218.846	.820
	Based on trimmed mean	.853	7	230	.545

Value Chain to Customer Loyalty

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
LagY	Based on Mean	.831	10	228	.599
	Based on Median	.491	10	228	.895
	Based on Median and with adjusted df	.491	10	176.743	.894
	Based on trimmed mean	.818	10	228	.612

Customer Value to Customer Loyalty.

Test of Homogeneity of Variances

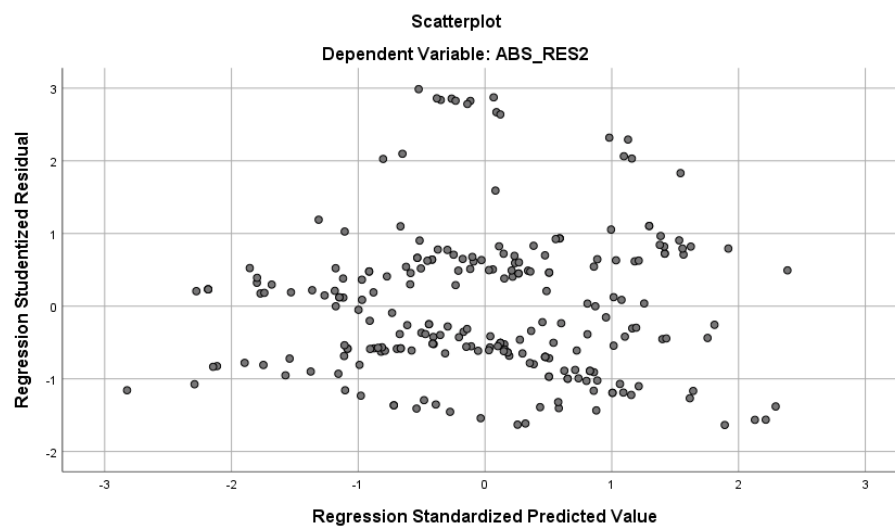
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
LagY	Based on Mean	.340	6	231	.915
	Based on Median	.405	6	231	.875
	Based on Median and with adjusted df	.405	6	220.579	.875
	Based on trimmed mean	.379	6	231	.892

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.551	.628		2.470	.014
	BC	-.052	.029	-.118	-1.818	.070
	VCHES	.017	.022	.050	.752	.453
	CVHES	.045	.033	.092	1.385	.167

a. Dependent Variable: ABS_RES2



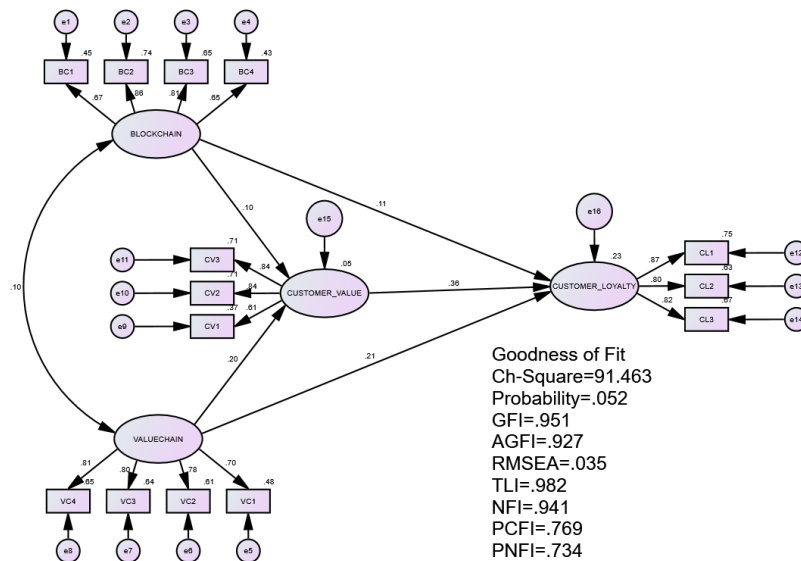
UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	BC	.979	1.021
	VC	.977	1.023
	CV	.968	1.033

a. Dependent Variable: CL

LAMPIRAN 4: OUTPUT DATA UJI SEM



LOADING FACTOR

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
CUSTOMER__VALUE	<---	BLOCKCHAIN	.104
CUSTOMER__VALUE	<---	VALUE CHAIN	.196
CUSTOMER__LOYALTY	<---	CUSTOMER__VALUE	.362
CUSTOMER__LOYALTY	<---	BLOCKCHAIN	.108
CUSTOMER__LOYALTY	<---	VALUE CHAIN	.209
Transparansi	<---	BLOCKCHAIN	.674
Keamanan	<---	BLOCKCHAIN	.862
Keandalan	<---	BLOCKCHAIN	.808
Kredibilitas	<---	BLOCKCHAIN	.653
Operasi	<---	VALUE CHAIN	.696
Logistik_Keluar	<---	VALUE CHAIN	.781
Pemasaran	<---	VALUE CHAIN	.802
Layanan	<---	VALUE CHAIN	.807
Nilai_Fungsionalitas	<---	CUSTOMER__VALUE	.610
Nilai_Emosional	<---	CUSTOMER__VALUE	.844
Nilai_Sosial	<---	CUSTOMER__VALUE	.844

			Estimate
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	<---	CUSTOMER_LOYALTY	.868
Rekomendasi_Produk	<---	CUSTOMER_LOYALTY	.795
Keterlibatan_dalam_Promosi	<---	CUSTOMER_LOYALTY	.818

NORMALITAS UNIVARIAT DAN MULTIVARIAT

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Keterlibatan_dalam_Promosi	3.000	5.000	-.519	-3.284	-.806	-2.548
Rekomendasi_Produk	3.000	5.000	-.429	-2.712	-.794	-2.511
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	3.000	5.000	-.509	-3.220	-.678	-2.145
Nilai_Sosial	3.000	5.000	-.474	-2.999	-.813	-2.570
Nilai_Emosional	3.000	5.000	-.360	-2.277	-.716	-2.264
Nilai_Fungsionalitas	2.000	5.000	-.268	-1.695	-.385	-1.216
Layanan	2.000	5.000	.006	.038	-.599	-1.894
Pemasaran	2.000	5.000	.314	1.987	-.300	-.947
Logistik_Keluar	2.000	5.000	.325	2.054	-.475	-1.501
Operasi	2.000	5.000	-.030	-.188	-.653	-2.067
Kredibilitas	3.000	5.000	-.183	-1.156	-1.049	-3.318
Keandalan	3.000	5.000	-.087	-.553	-.522	-1.651
Keamanan	3.000	5.000	-.163	-1.029	-.773	-2.444
Transparansi	3.000	5.000	-.082	-.520	-1.558	-4.928
Multivariate					9.384	3.434

MAHALANOBIS DISTANCE

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
159	39.155	.000	.079
14	36.874	.001	.015
48	31.781	.004	.086
224	30.427	.007	.078
183	29.412	.009	.072
118	29.248	.010	.030

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
202	28.161	.014	.047
186	27.171	.018	.076
23	26.741	.021	.066
164	26.629	.022	.036
137	25.937	.026	.055
216	24.948	.035	.141
160	24.922	.035	.086
227	24.664	.038	.076
156	24.094	.045	.121
115	23.891	.047	.106
188	23.290	.056	.186
194	23.044	.060	.188
149	22.893	.062	.166
143	22.121	.076	.371
85	22.103	.077	.293
8	21.884	.081	.305
196	21.707	.085	.302
166	21.681	.085	.239
145	21.647	.086	.188
38	21.493	.090	.182
152	21.102	.099	.271
165	20.920	.104	.283
79	20.795	.107	.272
232	20.636	.111	.278
147	20.429	.117	.310
231	20.041	.129	.447
3	20.003	.130	.394
179	19.941	.132	.357
153	19.653	.141	.451
80	19.581	.144	.421
36	19.419	.150	.448
182	19.307	.154	.446
53	19.251	.156	.410
214	19.221	.157	.362
200	19.109	.161	.363
222	19.068	.162	.323
20	19.012	.164	.294
174	18.920	.168	.288
99	18.789	.173	.303

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
239	18.764	.174	.261
133	18.244	.196	.527
146	18.101	.202	.560
90	18.067	.204	.519
65	17.844	.214	.610
21	17.810	.216	.571
192	17.781	.217	.530
11	17.777	.217	.470
9	17.755	.218	.424
142	17.604	.225	.470
158	17.510	.230	.476
84	17.395	.236	.499
178	17.222	.245	.566
203	17.089	.251	.604
228	16.954	.259	.644
16	16.951	.259	.590
134	16.949	.259	.533
191	16.880	.263	.526
77	16.732	.271	.581
66	16.525	.282	.677
52	16.433	.288	.690
87	16.369	.291	.684
208	16.356	.292	.641
175	16.320	.294	.615
213	16.286	.296	.586
201	16.142	.305	.641
57	16.112	.307	.611
223	16.107	.307	.561
98	15.961	.316	.621
70	15.947	.317	.579
83	15.740	.329	.686
51	15.629	.337	.719
97	15.579	.340	.708
229	15.566	.341	.668
148	15.543	.342	.635
136	15.503	.345	.616
221	15.488	.346	.575
177	15.488	.346	.522
126	15.346	.355	.588

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
110	15.342	.355	.537
237	15.318	.357	.504
37	15.302	.358	.464
22	15.199	.365	.499
43	15.091	.372	.539
240	14.999	.378	.565
27	14.962	.381	.544
124	14.861	.388	.579
176	14.760	.395	.615
6	14.653	.402	.655
171	14.606	.406	.645
128	14.578	.408	.618
107	14.566	.408	.578
34	14.495	.414	.589
68	14.424	.419	.601
215	14.406	.420	.565

UJI GOF

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 105

Number of distinct parameters to be estimated: 34

Degrees of freedom (105 - 34): 71

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 91.463

Degrees of freedom = 71

Probability level = .052

1. Model Fit Summary

2. CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	34	91.463	71	.052	1.288
Saturated model	105	.000	0		
Independence model	14	1543.603	91	.000	16.963

3. RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.021	.951	.927	.643
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.139	.463	.380	.401

4. Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.941	.924	.986	.982	.986
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

5. Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.780	.734	.769
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

6. NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	20.463	.000	49.202
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1452.603	1328.928	1583.673

7. FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	.383	.086	.000	.206
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	6.459	6.078	5.560	6.626

8. RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.035	.000	.054	.899
Independence model	.258	.247	.270	.000

9. AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	159.463	164.016	277.804	311.804
Saturated model	210.000	224.063	575.467	680.467
Independence model	1571.603	1573.478	1620.332	1634.332

10. ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	.667	.582	.787	.686
Saturated model	.879	.879	.879	.938
Independence model	6.576	6.058	7.124	6.584

11. HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	240	266
Independence model	18	20

Minimization: .000

Miscellaneous: .205

Bootstrap: .000

Total: .205

HIPOTESIS

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P
CUSTOMER_VALUE	<---	BLOCKCHAIN	.120	.088	1.366	.172
CUSTOMER_VALUE	<---	VALUE CHAIN	.138	.055	2.518	.012
CUSTOMER_LOYALTY	<---	CUSTOMER_VALUE	.503	.112	4.481	***
CUSTOMER_LOYALTY	<---	BLOCKCHAIN	.173	.111	1.553	.120
CUSTOMER_LOYALTY	<---	VALUE CHAIN	.205	.070	2.918	.004
Transparansi	<---	BLOCKCHAIN	1.000			
Keamanan	<---	BLOCKCHAIN	1.652	.152	10.889	***
Keandalan	<---	BLOCKCHAIN	1.465	.142	10.311	***
Kredibilitas	<---	BLOCKCHAIN	1.348	.155	8.689	***
Operasi	<---	VALUE CHAIN	1.000			
Logistik_Keluar	<---	VALUE CHAIN	1.068	.100	10.673	***
Pemasaran	<---	VALUE CHAIN	1.067	.100	10.684	***
Layanan	<---	VALUE CHAIN	1.189	.111	10.688	***
Nilai_Fungsionalitas	<---	CUSTOMER_VALUE	1.000			
Nilai_Emosional	<---	CUSTOMER_VALUE	1.353	.148	9.133	***
Nilai_Sosial	<---	CUSTOMER_VALUE	1.430	.156	9.184	***
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	<---	CUSTOMER_LOYALTY	1.000			
Rekomendasi_Produk	<---	CUSTOMER_LOYALTY	.955	.071	13.393	***
Keterlibatan_dalam_Promosi	<---	CUSTOMER_LOYALTY	1.004	.073	13.700	***

PENGARUH TOTAL

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	VALUE CHAIN	BLOC KCHAI N	CUSTOME R_VALUE	CUST OMER _LOY ALTY
CUSTOMER_VALUE	.138	.120	.000	.000
CUSTOMER_LOYALTY	.275	.234	.503	.000
Keterlibatan_dalam_Promosi	.276	.234	.505	1.004
Rekomendasi_Produk	.262	.223	.481	.955
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	.275	.234	.503	1.000
Nilai_Sosial	.198	.172	1.430	.000
Nilai_Emosional	.187	.162	1.353	.000
Nilai_Fungsionalitas	.138	.120	1.000	.000

	VALUE CHAIN	BLOC KCHAI N	CUSTOME R_VALUE	CUST OMER _LOY ALTY
Layanan	1.189	.000	.000	.000
Pemasaran	1.067	.000	.000	.000
Logistik_Keluar	1.068	.000	.000	.000
Operasi	1.000	.000	.000	.000
Kredibilitas	.000	1.348	.000	.000
Keandalan	.000	1.465	.000	.000
Keamanan	.000	1.652	.000	.000
Transparansi	.000	1.000	.000	.000

PENGARUH LANGSUNG

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	VALUE CHAIN	BLOC KCHAI N	CUSTOME R_VALUE	CUSTO MER_L OYALT Y
CUSTOMER_VALUE	.138	.120	.000	.000
CUSTOMER_LOYALTY	.205	.173	.503	.000
Keterlibatan_dalam_Promosi	.000	.000	.000	1.004
Rekomendasi_Produk	.000	.000	.000	.955
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	.000	.000	.000	1.000
Nilai_Sosial	.000	.000	1.430	.000
Nilai_Emosional	.000	.000	1.353	.000
Nilai_Fungsionalitas	.000	.000	1.000	.000
Layanan	1.189	.000	.000	.000
Pemasaran	1.067	.000	.000	.000
Logistik_Keluar	1.068	.000	.000	.000
Operasi	1.000	.000	.000	.000
Kredibilitas	.000	1.348	.000	.000
Keandalan	.000	1.465	.000	.000
Keamanan	.000	1.652	.000	.000
Transparansi	.000	1.000	.000	.000

PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	VALUE CHAIN	BLOC KCHAIN	CUSTOME R_VALUE	CUSTO MER_L OYALT Y
CUSTOMER_VALUE	.000	.000	.000	.000
CUSTOMER_LOYALTY	.070	.060	.000	.000
Keterlibatan_dalam_Promosi	.276	.234	.505	.000
Rekomendasi_Produk	.262	.223	.481	.000
Niat_Untuk_Membeli_Kembali	.275	.234	.503	.000
Nilai_Sosial	.198	.172	.000	.000
Nilai_Emosional	.187	.162	.000	.000
Nilai_Fungsionalitas	.138	.120	.000	.000
Layanan	.000	.000	.000	.000
Pemasaran	.000	.000	.000	.000
Logistik_Keluar	.000	.000	.000	.000
Operasi	.000	.000	.000	.000
Kredibilitas	.000	.000	.000	.000
Keandalan	.000	.000	.000	.000
Keamanan	.000	.000	.000	.000
Transparansi	.000	.000	.000	.000