

Pengaruh Motivasi Menonton Esports Terhadap In-Game Purchase Intention Pada Mobile Game Genre MOBA = The Influence of Esports Watching Motivation on In-Game Purchase Intention in the MOBA Mobile Game Genre

Irfan Nabil Huda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518834&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri esports Indonesia sedang berada pada fase puncak perkembangannya. Kegiatan menonton esports merupakan hal yang baru-baru ini menjadi sebuah hal yang berorientasi sebagai sumber hiburan lainnya bagi pemain game. Hal ini menyebabkan pengembang game dan penyelenggara event esports semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan layanannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara watching intention, gaming intention, dan purchase intention. Penelitian ini menggunakan skala MSSC dalam mengukur watching intention, mode ESC dalam mengukur gaming intention, serta bagaimana hubungan kedua hal tersebut dengan purchase intention atau keinginan seseorang untuk membeli barang virtual di dalam game. Penelitian ini dilakukan pada 243 responden yang merupakan pemain game Mobile Legends selama lebih dari 1 tahun dan sudah pernah menonton pertandingan esports M3 World Championship. Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan metode Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0.8.4. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan pada escapism, family and friends, dan social interaction terhadap watching intention, pengaruh positif namun tidak signifikan pada vicarious achievement dan acquisition of knowledge terhadap watching intention, serta pengaruh negatif dan tidak signifikan pada aesthetics, physical attractiveness, dan player's skills terhadap watching intention. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada hedonic motivation terhadap gaming intention, dan terdapat juga pengaruh positif namun tidak signifikan pada flow terhadap gaming intention. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada hubungan direct effect variabel watching intention terhadap keinginan konsumen untuk bermain game. Terdapat pengaruh yang positif namun tidak signifikan pada hubungan direct effect variabel watching intention terhadap keinginan konsumen untuk membeli produk virtual di dalam game. Peran gaming intention dalam memediasi hubungan antara watching intention dan purchase intention adalah sebagai mediator penuh.

.....The Indonesian esports industry is at the peak of its development. Watching esports is something that has recently become oriented as another source of entertainment for gamers. This causes game developers and esports event organizers to increasingly compete to improve their services. The purpose of this research is to analyze the relationship between watching intention, gaming intention, and purchase intention. This study uses the MSSC scale to measure watching intention, the ESC mode to measure gaming intention, and how these two relate to purchase intention or someone's desire to buy virtual goods in games. This research was conducted on 243 respondents who are Mobile Legends game players for more than 1 year and have watched the M3 World Championship esports match. The research hypothesis was tested using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method using the SmartPLS 4.0.8.4 application. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect on escapism, family and friends, and social interaction on watching intention, a positive but not significant effect on vicarious

achievement and acquisition of knowledge on watching intention, as well as a negative and insignificant effect on aesthetics, physical attractiveness, and player's skills on watching intention. There is a positive and significant effect on hedonic motivation on gaming intention, and there is also a positive but not significant effect on flow on gaming intention. There is a positive and significant influence on the direct effect relationship between watching intention variable and consumers' desire to play games. There is a positive but not significant influence on the direct effect relationship of the watching intention variable on consumers' desire to buy virtual products in games. The role of gaming intention in mediating the relationship between watching intention and purchase intention is as a full mediator.