

Efek Mediasi Perceived Knowledge dan Excitement terhadap Niat Individu Melakukan Esports Betting = Mediation Effect of Perceived Knowledge and Excitement towards Esports Betting Intention

Karin Patricia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531085&lokasi=lokal>

Abstrak

Esports telah mengalami perkembangan pesat dalam hal jumlah penonton, terutama selama masa pandemi COVID-19. Tayangan pertandingan esports kini dapat dilihat melalui berbagai media mulai dari platform live streaming hingga televisi digital. Keterlibatan masyarakat dalam esports yang semakin meningkat dapat memicu masalah terkait perjudian atau esports betting. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat pemain game esports terhadap intensi untuk melakukan esports betting. Model penelitian ini disusun dengan menggunakan kerangka S-O-R dan diuji menggunakan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SMARTPLS 3.0. Data yang digunakan untuk pengujian berasal dari 234 responden valid yang dikumpulkan melalui survei secara online. Hasil pengujian menunjukkan bahwa baik subjective norms maupun information publicity memiliki pengaruh signifikan terhadap knowledge dan excitement. Selanjutnya, knowledge dan excitement ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap loot boxes purchases. Terakhir, knowledge dan loot boxes purchase diketahui memiliki pengaruh signifikan terhadap intention to esports betting.

.....Esports has experienced rapid growth in terms of audience size, especially during the COVID-19 pandemic. Broadcasts of esports matches can now be viewed through various media, from live streaming platforms to digital television. Increase of community involvement in esports can trigger gambling related problems or esports betting. This study aims to determine the factors that influence the intention of esports game players to the intensity to make esports bets. This research model was prepared using the S-O-R framework and tested using PLS-SEM with the help of SMARTPLS 3.0 software. The data used for testing came from 234 valid respondents who were collected through an online survey. The test results show that both subjective norms and information publicity have a significant effect on knowledge and excitement. Furthermore, knowledge and excitement were found to have a significant influence on loot box purchases. Lastly, loot box knowledge and purchases are known to have a significant influence on intentions to bet on esports.