

PENGARUH KUALITAS *EVENT* TERHADAP KEPUASAN PESERTA PADA AUTHENTICITY SILVERSPACE TURNAMEN *E-SPORTS* PALEMBANG

Pelliyezer Karo Karo^{1*}, Athirah Nur²

^{1,2}Politeknik Pariwisata Palembang

E-mail: pelliyezer@poltekpar-palembang.ac.id

ABSTRACT

The research aims to identify the effect of event quality on participant satisfaction at the Authenticity Silverspace Omah Kopi E-sports Tournament event in Palembang. The quality of the event studied includes four independent variables: Game Performance, In-Game Entertainment, Staff Quality, and Physical Surroundings. The primary data collection instrument was a questionnaire distributed to a sample of 57 respondents who were event participants. The sampling technique uses simple random sampling with a slovin approach and multiple linear regression analysis. Research shows that all variables in the event's quality simultaneously affect the satisfaction of event participants. When viewed partially, there are only three variables, namely In-Game Entertainment, Staff Quality, and Physical Surroundings, which significantly positively influence the satisfaction of event participants. Improving the quality of the event has a solid relationship with the satisfaction of event participants and has an influence of 71.2 percent on the formation of event participant satisfaction.

Keywords: event quality, customer satisfaction, e-sports, authenticity, tournament

PENDAHULUAN

Dewasa ini *E-sports* telah mengalami perkembangan pesat di dunia, termasuk di Indonesia yang tak tertinggal dibanding negara lain. Games Market Report, mencatat pada tahun 2021 Indonesia menempati posisi ke 17 pada pasar game terbesar dengan pertumbuhan yang sangat cepat berdasarkan data global (www.indopos.co.id, 2020). Pertama kali *E-sports* diperkenalkan oleh Eddy Lim selaku ketua umum *Indonesia Esports Association (IESPA)* sejak tahun 1999 yang dikenal juga sebagai olahraga elektronik (*IESPA*, 2021). *Event E-sports* pada umumnya digelar dalam bentuk kompetisi untuk memperebutkan sejumlah hadiah dengan nominal kecil sampai besar. *E-sports* tidak sama dengan *gaming*, para pemain *esports* mempunyai tujuan berkompetisi serta memenangkan hadiah, sebaliknya pemain *gaming* bertujuan sekedar rekreasi atau hiburan saja .

Survey IVENDO menunjukkan selama masa pandemi tahun 2020 bahwa *event organizer* (EO) mengalami kerugian besar, dengan *potential loss* berupa penundaan *event* 96,43 persen dan pembatalan *event* 84,86 persen (IVENDO, 2020). Sebanyak 130 perusahaan EO di 17 provinsi di Indonesia termasuk di Sumatera Selatan dihadapkan oleh situasi tersebut. Dalam survey lainnya oleh Niko Partners melalui website nikopartners.com menunjukkan bahwa jumlah *gamers* tahun 2020 yang memiliki minat

terhadap *E-sports* bertambah 7,3% dari tahun 2019 dengan jumlah pemain di kawasan Asia mencapai 658,5 juta orang (Galuh Putri Riyanto & Niko, 2021; Nikopartners.com, n.d.). Kenaikan tersebut tentunya membuktikan adanya ketertarikan dan keinginan yang tinggi untuk berkompetisi dengan pemain lain dalam menunjukkan *skill* masing-masing. Animo ini tentunya menjadi peluang dalam menangkap kebutuhan *event E-sports* yang mulai banyak diselenggarakan kembali secara *offline* sejak pertengahan tahun 2021.

Dilansir dari kalender *event E-sports* melalui situs GGWP.id merangkum penyelenggaraan *event* di tahun 2021 mencapai 250 *event* online maupun offline di Indonesia, dengan jumlah peserta yang terus meningkat (ggwp.id, 2021). Rangga Danu Prasetya selaku ketua penyelenggara Piala Presiden *E-sports* 2021 mengatakan sebagai salah satu *event E-sports* terbesar di Indonesia, jumlah peserta mengalami kenaikan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu mencapai 120.000 orang (Tribunnews.com, 2021). Sejalan dengan hal tersebut, bisnis.com mencatat data jumlah pemain *E-sports* di Indonesia tahun 2019 jumlah pemain *E-sports* mencapai 55 juta orang, mengalami penurunan di tahun 2020 menjadi 44,2 juta dan melonjak naik di tahun 2021 sebesar 66,1 juta pemain (bisnis.com, 2021).

Fenomena tersebut membuat EO di Sumatera Selatan khususnya di Palembang ikut turut berpartisipasi menyelenggarakan dan mempromosikan sebanyak 20 *event E-sports* secara *offline*, dengan jenis permainan yang diselenggarakan yaitu *mobile legend* dan *PUBG* (IESPA, 2021). Hootsuite (*We are Social*) berdasarkan *event* aktif bulanan di Indonesia, mencatat jenis permainan yang paling populer dalam *event E-sports* adalah *mobile legends* diposisi pertama dan *PUBG mobile* diposisi ketiga (Hootsuite, 2020). Reel Seven Organizer merupakan salah satu *event organizer* di Sumatera Selatan yang berkontribusi menyelenggarakan *event E-sports*. Sebagai perusahaan yang telah berkecimpung dalam penyelenggaraan *event* selama 8 tahun, Reel Seven termasuk sukses menyelenggarakan *event E-sports* (reelseven.com, 2022). Akan tetapi, tahun 2021 terdapat penurunan partisipasi peserta sebesar sekitar 5 persen dibanding tahun sebelumnya dari seluruh *event* yang dilaksanakan. Penurunan tersebut didukung dengan data pembandingan terhadap target tahun 2021 yang diketahui hanya tercapai sebesar 88,93 persen kuota, berbanding terbalik dengan peningkatan animo positif secara nasional. Dalam penelitian ini, dilakukan penelitian pada *event Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament E-sports* yang berkolaborasi dengan Authenticity yang merupakan *brand* dari Clas Mild.

Dalam penyelenggaraan suatu *event* hal penting yang harus diperhatikan pihak penyelenggara yaitu kualitas *event*. *Event* yang berkualitas akan sesuai pada ekspektasi pengunjung berkaitan dengan kualitas layanan yang diterima (Larassary, 2020). Sebagai EO memberikan kualitas produk atau jasa terbaik selama penyelenggaraan *event* merupakan hal sangat penting agar baik peserta maupun pengunjung tidak merasa kecewa. Apabila peserta dan pengunjung puas terhadap penyelenggaraan *event E-sports* maka akan timbul tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga peserta akan berminta kembali mengikuti *event* berikutnya. Wiji dalam penelitiannya membahas tentang kaitan kualitas *event sports tourism* dengan loyalitas wisatawan menunjukkan bahwa variabel kualitas *event sports* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas wisatawan (Rosiana et al., 2021). Dalam penelitian ini, kualitas *event* ditelaah melalui empat dimensi dari Ho Kim sebagai pedoman mencakup variabel *game performance* (pelaksanaan *game*), *in-game entertainment* (hiburan dalam acara), *staff quality* (kualitas staf) dan *physical*

surrounding (kondisi lingkungan) (Kim et al., 2013). Keempat dimensi tersebut dikaitkan dengan kepuasan yang dirasakan oleh peserta turnamen Authenticity Silverspace Omah Kopi. Melalui penelitian ini, diharapkan *event E-sports* lainnya mampu terselenggara secara berkala dengan terus memperbaiki diri dan berkesempatan tumbuh dalam potensi pasar *E-sports* yang berkembang, mengedepankan kualitas *event* untuk meningkatkan kepuasan peserta sebagai konsumen *E-sports* di Palembang.

TINJAUAN PUSTAKA

Sports event merupakan salah satu turunan dari *leisure event*. *Sports event* merupakan *event* pertandingan olahraga primer yang dihadiri penonton. Pertandingan olahraga untuk para pemain dari seluruh tingkatan umumnya dapat diadakan di tingkat kabupaten, kota hingga provinsi di seluruh negeri. Pertandingan olahraga dimaksud juga dapat berskala internasional seperti balap mobil, tenis meja, bola basket yang diikuti oleh atlet lelaki maupun wanita (Wagen, 2020). Istilah *E-sports* diperkenalkan sebagai olahraga elektronik diakhir tahun sembilan puluhan, tepat tahun 1999 terdapat siaran pers yang membahas peluncuran *online gamers enthusiasts* (Fradana & Erianjoni, 2020) yang kemudian penggunaan istilah *E-sports* juga diresmikan untuk pertama kali (Bornemark, 2013). Federasi *E-sports* internasional mendefinisikan *E-sports* sebagai olahraga kompetitif yang dilakukan secara *virtual* dimana kemampuan fisik dan mental dilatih untuk menghadapi kondisi kemenangan maupun kekalahan berdasarkan aturan yang disepakati. *E-sports* ditandai dengan adanya antusias para penonton atau peserta untuk terlibat pada pertandingan permainan yang kompetitif dengan jenis olahraga *games* (Freeman & Wohn, 2017). Definisi lain *E-sports* adalah aktivitas permainan olahraga dengan memanfaatkan penggunaan teknologi dan data yang dipertandingkan di mana individu atau peserta juga menciptakan dan mempersiapkan mental hingga fisik (Wagner, 2006). Secara *virtual*, Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) Pusat serta Kementerian Pemuda dan Olahraga RI menyelenggarakan Rapat Kerja Nasional (rakernas) yang berlangsung tanggal 25-27 Agustus 2020 dengan keputusan yaitu mengakui dan meresmikan *E-sports*, dengan begitu *E-sports* termasuk cabang olahraga prestasi di Indonesia (Persada, 2020).

Kualitas dapat didefinisikan menjadi sebuah penerapan standar yang dibuat dengan kesepakatan sehingga produk atau jasa sesuai dengan ("Event Manag. Sport. Recreat. Tour.," 2017). Kualitas *event* sudah terbukti sebagai faktor krusial yang dapat mempengaruhi kepuasan penonton serta niat berperilaku para penonton *event sport* (Biscaia et al., 2021). Menurut Pastore yang menyebutkan terdapat empat dimensi, yaitu kualitas lingkungan fisik, kualitas acara, kualitas interaksi, dan kualitas hasil yang bisa diukur jika ingin menilai kualitas *event* (Ko & Pastore, 2005).

Kerangka konseptual dihasilkan oleh beberapa ahli pada penelitian terdahulu kerangka tersebut untuk mengukur kualitas *event* dalam memberikan layanan kepada penonton secara efektif (Armbrecht, 2021; Behnam et al., 2021; Ko et al., 2011). Misalnya pada acara bidang olahraga, menurut Theodorakis dan Kambitsis kualitas dalam *event sports* dapat diukur dengan 5 dimensi yaitu bukti fisik, daya tanggap, keamanan, aksesibilitas, dan keandalan. Kemudian Ko mengembangkan model kualitas *event* berdasarkan lima dimensi yaitu kualitas pertandingan, kualitas peningkatan, kualitas interaksi, kualitas hasil, dan kualitas kondisi fisik (Ko et al., 2011). Dalam hasil penelitian lainnya, Kim

mengidentifikasi empat dimensi yang paling menonjol dalam mengukur kualitas *event* (Kim et al., 2013) yang diadopsi dari penelitian Ko yang dijadikan sebagai pedoman penelitian yaitu:

1. *Game Performance*

Performa permainan dapat mengacu pada persepsi peserta dan juga sebagai penonton tentang kualitas performa permainan itu sendiri, dimana mereka disuguhkan pengalaman estetika, kegembiraan/gairah dari *sport event* yang sebenarnya (Ko et al., 2011). Menurut Ho indikator dari pada pelaksanaan *game* meliputi (Kim et al., 2013):

- a. Suasana, artinya bagaimana keadaan lingkungan yang dibangun saat penyelenggaraan *event*
- b. Kemampuan pemain yaitu keahlian yang dimiliki oleh masing-masing pemain dalam bertanding
- c. Operasional pertandingan, mencakup waktu yang telah ditentukan panitia dalam keseluruhan *event* maupun per babak pertandingan.

2. *In-game Entertainment*

Hiburan dalam *game*, dapat berupa adanya pertunjukan pemandu sorak saat pembukaan *event sport*, tembakan confetti saat menerima hadiah, musik, dan berbagai acara selama *ice breaking*. Hal tersebut dimaksudkan untuk memaksimalkan pengalaman bermain penonton dan menunjukkan bahwa jenis hiburan seperti itu merupakan prediktor penting dari kehadiran *game* (Tsuji et al., 2007) Selain itu, musik dapat meningkatkan pengalaman bermain *game* dan merangsang kenangan positif bagi penonton diberbagai acara olahraga (Ko et al., 2011; Tsuji et al., 2007).

Entertainment ialah munculnya perasaan seperti pengalihan, pelarian hingga kenikmatan emosional maupun estetika ketika disajikan konten pendukung atau iklan sebagai bentuk pemenuhan akan kebutuhan audiens (Aktan et al., 2016) Berdasarkan hal tersebut, *entertainment* yang dimaksud adalah variasi acara pendukung yang ada saat berlangsungnya *event* pertandingan *E-sports* tersebut. Untuk variabel *in-game entertainment* diadopsi indikator dari penelitian Ducoffe, mencakup (Ducoffe, 1996):

- a. *Enjoyment* (kenikmatan), perasaan yang dimiliki seseorang dimana muncul secara menggebu-gebu melewati batas keseimbangan
- b. *Fun* (kesenangan), posisi tubuh yang nyaman, disajikan konten yang membuat nyaman merupakan contoh dari kesenangan yang akan timbul ketika kebutuhan terpuaskan
- c. *Entertain* (terhibur), konten yang di hadirkan bukan hanya sebatas menghibur tetapi memiliki interaksi yang dapat membangun antar audiens

3. *Staff Quality*

Pada konteks *event sport*, pelaksanaan *event* membutuhkan *crew* dengan kualifikasi tinggi dan berorientasi pada pelanggan karena *crew* memainkan peran penting dalam mengembangkan pengalaman pelanggan yang positif (Biscaia et al., 2021). Interaksi antara *crew* dan peserta tentang bagaimana layanan disampaikan saat bertemu melalui sikap, perilaku, dan keahlian personel. Atribut sikap *crew* yang profesional, seperti keramahan, kehangatan, kesopanan, perhatian, keterbukaan,

dan tolong menolong, sedangkan perilaku *crew* merupakan respon seseorang terhadap lingkungannya. Keahlian personel adalah sejauh mana interaksi *crew* terhadap peserta yang dipengaruhi oleh keterampilan pemecahan masalah.

Pengukuran variabel *staff quality* pada penelitian ini menggunakan indikator dari Kim, diantaranya (Kim et al., 2013):

- a. Sikap, yaitu cenderung melakukan tindakan sesuai dengan perasaan yang timbul secara emosional
- b. Perilaku, adanya reaksi terhadap suatu hal yang mendorong terjadinya perbuatan atau tindakan oleh individu
- c. Keahlian personel, keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing individu

4. *Physical Surrounding*

Brady mendefinisikan bahwa lingkungan fisik merupakan komponen fungsional dan estetika dari arsitektur dan tata letak fasilitas *event* (Ko & Pastore, 2005). Desain fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan pada berbagai aspek. Pengalaman konsumsi bagi penonton olahraga, antara lain kegembiraan dan kepuasan dengan *event* tersebut (Weed, 2006). Adanya fasilitas yang memadai seperti toilet, tempat parkir yang luas menjadi nilai tambah bagi *event sport* tersebut.

Terciptanya rasa yang kuat dari masing-masing peserta melalui identitas *event* yang dihasilkan dengan menyediakan fasilitas dan lingkungan yang membuat nyaman serta tidak kotor (Ko et al., 2011). Lingkungan fisik dapat diuji dengan adanya efek estetika fasilitas yang tersedia divenue acara, kenyamanan desain penempatan tempat duduk, aksesibilitas menuju ke *venue* hingga kebersihan lingkungan sekitar *venue* sehingga kualitas yang baik dapat disuguhkan pada peserta (Armbrecht, 2021). Menurut Kim elemen dari *physical surrounding* mencakup (Kim et al., 2013):

- a. Desain, merupakan inisiatif yang terbentuk untuk keperluan *event* agar berbentuk layout tempat duduk, dll
- b. Fasilitas adalah segala hal yang ditujukan kepada audiens untuk digunakan maupun dinikmati sehingga maksimalnya kepuasan peserta
- c. Aksesibilitas

Lokasi *venue* yang digunakan saat *event* berlangsung sebisa mungkin mudah untuk didatangi dan dijangkau oleh kendaraan umum

Almomami mencatat kepuasan konsumen dicapai dengan pemenuhan respon yang menyenangkan berdasarkan layanan hingga manfaat yang diterima konsumen dari suatu produk (Ghaith Almomani, 2018; Karo Karo, 2020). Kepuasan konsumen dapat didefinisikan sebagai keseluruhan perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen sesudah mendapat serta memakai barang dan atau jasa. Kemudian saat mengkonsumsi barang maupun jasa tersebut konsumen akan melakukan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh pembelian selektif. Adanya perbedaan antara harapan dengan fakta yang terjadi menyebabkan munculnya tingkat kepuasan (Ghaith Almomani, 2018; Karo & Hamonangan, 2021).

Dalam penelitian ini konsumen adalah peserta *E-sports* yang sekaligus menjadi penonton pertandingan *esports* tersebut maka dari itu peneliti menggunakan pendekatan teori kepuasan konsumen dengan 3 dimensi yaitu mencakup: kepuasan jasa secara menyeluruh, mau merekomendasikan kepada pihak lain dan keinginan menggunakan jasa kembali (Karo Karo, 2021; Yoshida & James, 2010).

METODOLOGI

Metode penelitian merupakan pola atau cara yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian dalam rangka mencapai tujuan dan hasil yang diinginkan (Bungin, 2005). Untuk menjawab permasalahan penelitian ini dilakukan pendekatan kuantitatif berbentuk metode asosiatif kausal dengan menguji dugaan atau hipotesis berdasarkan data primer berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada sampel penelitian (Sugiyono, 2015). Metode asosiatif kausal dilakukan untuk mengetahui hubungan lebih dari dua variabel, untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat. Oleh karena itu, objek penelitian ini adalah kualitas *event* mencakup variabel *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* serta kepuasan peserta *event*.

Penelitian dilakukan pada *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports* (ASTE) yang diselenggarakan oleh Reel Seven Organizer di akhir tahun 2021 dengan populasi sebanyak 135 orang peserta. Populasi penelitian bersifat homogen sehingga penentuan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* serta penentuan besaran sample menggunakan pendekatan *Slovin* pada tingkat error 10 persen dan menghasilkan responden sebanyak 57 orang sample. Data primer diperoleh dari jawaban responden berdasarkan kuesioner yang dibangun menggunakan *favorable likert scale* (Honggoriansyah et al., 2020).

Hipotesis merupakan langkah krusial dalam penelitian kuantitatif (Santosa, 2018), dalam penelitian ini hipotesis dirancang seperti berikut:

H₁ = Pengaruh *Game Performance* terhadap kepuasan peserta *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports*

H₂ = Pengaruh *In-Game Entertainment* terhadap kepuasan peserta *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports*

H₃ = Pengaruh *Staff Quality* terhadap kepuasan peserta *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports*

H₄ = Pengaruh *Physical Surrounding* terhadap kepuasan peserta *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports*

H₅ = Pengaruh *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* secara simultan terhadap kepuasan peserta *event* Authenticity Silverspace Omah Kopi Turnament *E-sports*

Tahapan awal agar dapat melakukan pengujian terhadap hipotesis maka terlebih dahulu dibutuhkan instrumen pengumpulan data yaitu membangun kuesioner dengan dasar matriks operasional variabel berikut.

Tabel 1.
Matriks Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Event (Ho Kim, 2013)	<i>Game Performance</i> (X ₁)	Performa permainan mengacu pada persepsi peserta tentang kualitas <i>event E-sports</i> mencakup pengalaman estetika, kegembiraan/ gairah dari <i>event</i> yang terselenggara.	Suasana Kemampuan pemain Operasional pertandingan
	<i>In-Game Entertainment</i> (X ₂)	Hiburan yang terdapat dalam dalam <i>event</i> , mengacu pada konten pendukung yang ditawarkan berkaitan dengan acara.	Kenikmatan Kesenangan Terhibur
	<i>Staff Quality</i> (X ₃)	Dalam konteks acara olahraga, staf atau crew <i>event E-sports</i> berkualifikasi tinggi dan berorientasi pada konsumen. Interaksi antara <i>crew</i> dan peserta event terkait bagaimana layanan disampaikan saat bertemu melalui sikap, perilaku dan keahlian personel.	Sikap Perilaku Keahlian personel
	<i>Physical Surrounding</i> (X ₄)	Lingkungan fisik mengacu pada komponen acara fungsional dan estetika dari arsitektur dan tata letak fasilitas <i>event E-sports</i> .	Desain Fasilitas Aksesibilitas
Kepuasan Peserta (Y) (Irawan, 2008)	Kepuasan Peserta (Y)	Kepuasan peserta artinya hasil akumulasi yang berasal dari konsumen dalam memakai produk. Konsumen akan puas jika sesudah mengikuti <i>event E-sports</i> ternyata kualitas <i>event</i> -nya baik.	Kepuasan jasa secara menyeluruh. Rekomendasi kepada pihak lain Menggunakan jasa kembali

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian (2022)

Data primer dikonversi terlebih dahulu menggunakan model *method of successive interval* (MSI) (Karo Karo & Firstyana, 2021) kemudian dianalisis menggunakan model regresi linear berganda. Untuk mendukung analisis tersebut, kuesioner dipersiapkan untuk memenuhi uji instrumen berupa uji validitas dan uji reabilitas kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas serta pengujian akhir berupa analisis regresi mencakup uji parsial, uji simultan dan uji koefisien.

Tabel 2.
Hasil uji instrumen penelitian

Variabel	Butir	r-hitung	Cronbach's Alpha
<i>Game Performance</i> (X ₁)	Q1	0.797	0.836
	Q2	0.874	0.830
	Q3	0.907	0.831
<i>In-Game Entertainment</i> (X ₂)	Q4	0.953	0.812
	Q5	0.957	0.809
	Q6	0.973	0.801
<i>Staff Quality</i> (X ₃)	Q7	0.833	0.840
	Q8	0.857	0.831
	Q9	0.662	0.836
<i>Physical Surrounding</i> (X ₄)	Q10	0.939	0.827
	Q11	0.936	0.823
	Q12	0.931	0.823

Kepuasan Peserta (Y)	Q13	0.884	0.806
	Q14	0.928	0.807
	Q15	0.906	0.804

Sumber: Hasil Penelitian (SPSS 23)

Tabel 2 merupakan hasil dari pengujian instrumen penelitian dengan dua pengujian yaitu uji validitas dan uji reabilitas terhadap 30 sample (Sugiyono, 2015). Pengujian validitas menggunakan pendekatan nilai korelasi total pada nilai df (28) dan taraf signifikansi 5 persen diketahui nilai r-tabel 0,361 dan dibandingkan nilai r-hitung kuesioner dihasilkan bahwa nilai r-hitung setiap butir kuesioner lebih besar dari nilai r-tabel, mengindikasikan bahwa setiap butir kuesioner memenuhi syarat validitas. Pengujian reabilitas menggunakan pendekatan koefisien alpha cronbach pada nilai ambang batas minimum 0,7 dan dibandingkan dengan nilai alpha cronbach hitung, dihasilkan bahwa nilai hitung setiap butir kuesioner lebih besar dari batas minimum, mengindikasikan bahwa setiap butir kuesioner memenuhi syarat reliabel.

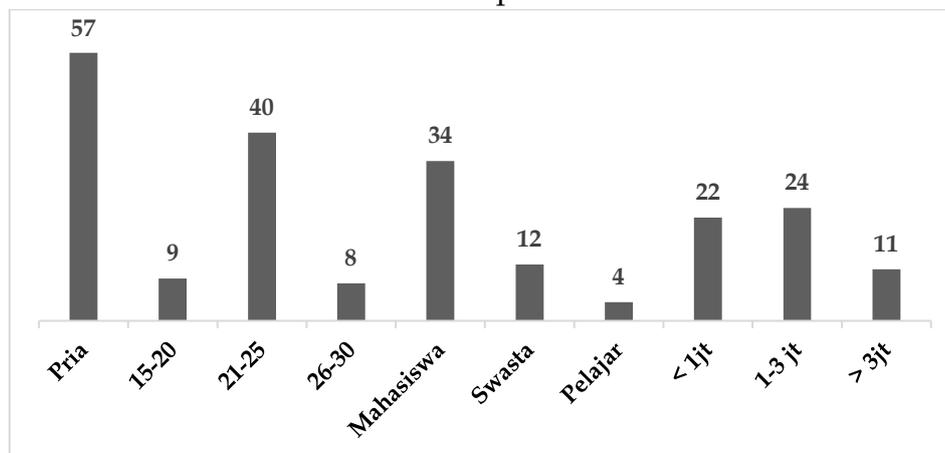
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Responden merupakan sampel penelitian berjumlah sebanyak 57 orang peserta event, dibagi kedalam tiga kategori yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

Gambar 1.

Profil responden



Sumber: Hasil penelitian (diolah)

Merujuk pada gambar 1, diperoleh hasil bahwa seluruh responden penelitian adalah pria dimana 70,2 persen dari total berusia pada rentang 21 tahun hingga 25 tahun, yang didominasi 59,6 persennya berstatus sebagai mahasiswa sedangkan 21,1 persen berstatus sebagai pegawai swasta. Bila dilihat dari kategori besar pendapatan, didominasi pada rentang kurang dari tiga juta rupiah sebesar 80,7 persen. Melalui hasil penelitian berkaitan dengan profil responden ini, dapat diambil beberapa simpulan sementara yaitu segmen pasar peserta *event E-sports* didominasi oleh pria, dengan rata-rata usia kurang dari 26 tahun dan masih berstatus sebagai mahasiswa, yang mana hal ini juga didukung dengan data tingkat pendapatan menengah.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan syarat untuk mengidentifikasi kesesuaian analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode regresi linear berganda. Pemenuhan syarat tersebut dilakukan dengan empat jenis pengujian mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas.

Tabel 3.
 Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,26533114
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,097
	Negative	-,069
Test Statistic		,097
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.

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Uji normalitas dilakukan dengan pendekatan one-sample Kolmogorov Smirnov Test, dengan hasil tertera pada poin a menunjukkan data berdistribusi normal yang artinya model regresi yang dipergunakan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.
 Hasil Uji Multikolinearitas
 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,118	,867		,136	,893		
	Game Performance	-,086	,123	-,082	-,697	,489	,397	2,522
	Ingame Entertainment	,342	,106	,353	3,233	,002	,465	2,151
	Staff Quality	,311	,131	,293	2,368	,022	,361	2,768
	Physical Surrounding	,379	,120	,378	3,157	,003	,387	2,581

a. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Uji multikolinearitas dilakukan dengan pendekatan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada ambang batas nilai maksimum sebesar 10 dan pendekatan *Tolerance* pada ambang batas nilai minimum sebesar 0,1. Hasil pengujian menunjukkan setiap variabel bebas *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* menghasilkan nilai VIF-hitung lebih kecil dari ambang batas dan nilai *Tolerance*-hitung lebih besar dari

ambang batas. Hal tersebut menunjukkan model regresi terbebas dari asumsi multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan pendekatan *Rank-Spearman* pada ambang batas minimum tingkat kepercayaan 5 persen dibandingkan dengan nilai signifikansi (sig.). Hasil pengujian menunjukkan setiap variabel bebas *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* menghasilkan nilai Sig.-hitung lebih besar dari ambang batas, menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari asumsi gejala heteroskedastisitas.

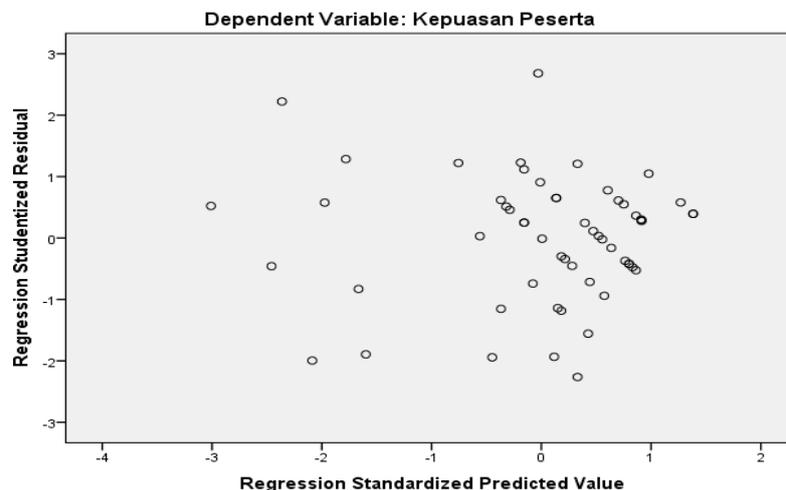
Tabel 5.
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations				
			Game Performance	Ingame Entertainment	Staff Quality	Physical Surrounding	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Game Performance	Correlation Coefficient	1,000	,470**	,530**	,583**	,062
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,644
		N	57	57	57	57	57
	Ingame Entertainment	Correlation Coefficient	,470**	1,000	,563**	,448**	-,055
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,687
		N	57	57	57	57	57
	Staff Quality	Correlation Coefficient	,530**	,563**	1,000	,649**	,091
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,503
		N	57	57	57	57	57
	Physical Surrounding	Correlation Coefficient	,583**	,448**	,649**	1,000	,049
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,717
		N	57	57	57	57	57
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,062	-,055	,091	,049	1,000
		Sig. (2-tailed)	,644	,687	,503	,717	.
		N	57	57	57	57	57

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

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Gambar 2.
 Hasil Uji Scatterplot
 Scatterplot



Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Uji linearitas dilakukan dengan pendekatan grafis scatterplot dengan mengidentifikasi pola penyebaran titik. Hasil pengujian melalui grafis menunjukkan titik-titik tidak menumpuk atau dengan kata lain menyebar diantara sumbu x dan sumbu y. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi hubungan linearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan terpenuhinya seluruh pengujian asumsi klasik maka analisis metode regresi linear dapat dilanjutkan mencakup uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) serta uji koefisien terbagi menjadi koefisien determinasi (R^2) dan koefisien korelasi (r).

Melalui hasil uji t terhadap variabel bebas dan variabel terikat maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = 0,118 - 0,086 X_1 + 0,342 X_2 + 0,311 X_3 + 0,379 X_4$$

Tabel 6.
 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,118	,867		,136	,893
Game Performance	-,086	,123	-,082	-,697	,489
Ingame Entertainment	,342	,106	,353	3,233	,002
Staff Quality	,311	,131	,293	2,368	,022
Physical Surrounding	,379	,120	,378	3,157	,003

a. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Menggunakan persamaan dan hasil uji t dilakukan dua pendekatan, pendekatan pertama perbandingan antara nilai t-hitung dengan nilai t-tabel pada df 57, *confidence of interval* 95 persen, *alpha* 5 persen diperoleh ambang batas minimum sebesar 2,004. Pendekatan kedua perbandingan antar nilai signifikansi (Sig.)-hitung dengan nilai *alpha* (α) diperoleh ambang batas maksimum sebesar 0,05. Berdasarkan dua pola pendekatan dalam uji parsial tersebut, diperoleh analisa berikut.

Pertama, variabel *Game Performance* sebagai X_1 memiliki nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel dengan nilai sig. lebih besar dari alpha, mengindikasikan bahwa variabel *game performance* yang dibangun pada kualitas *event* ASTE tidak berpengaruh terhadap kepuasan peserta *event*, dengan begitu hipotesis pertama H_{01} diterima dan H_{a1} ditolak. Kedua, variabel *In-game entertainment* sebagai X_2 memiliki nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. lebih kecil dari alpha, mengindikasikan bahwa variabel *In-game entertainment* yang dibangun pada kualitas *event* ASTE memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta *event*, dengan begitu hipotesis kedua H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Ketiga, variabel *Staff Quality* sebagai X_3 memiliki nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. lebih kecil dari alpha, mengindikasikan bahwa variabel *Staff Quality* yang dibangun pada kualitas *event* ASTE memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta *event*, dengan begitu hipotesis H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Keempat, variabel *Physical Surrounding* sebagai X_4 memiliki nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai sig. lebih kecil dari alpha, mengindikasikan bahwa variabel *Physical Surrounding* yang dibangun pada kualitas *event* ASTE juga memiliki

perngaruh positif signifikan terhadap kepuasan peserta *event*, sehingga hipotesis H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Hasil analisis tersebut merubah persamaan regresi yang dipergunakan menjadi:

$$Y = 0,118 + 0,342 X_2 + 0,311 X_3 + 0,379 X_4$$

Persamaan dari hasil analisis ini menunjukkan bahwa tiga variabel kualitas *event* ASTE yaitu *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* memiliki pengaruh dalam pertumbuhan kepuasan peserta *event*.

Tabel 7.
 Hasil Uji F
 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221,472	4	55,368	32,112	,000 ^b
	Residual	89,660	52	1,724		
	Total	311,132	56			

a. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

b. Predictors: (Constant), Physical Surrounding, Ingame Entertainment, Game Performance, Staff Quality

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Melalui hasil uji F dilakukan dua pendekatan, pendekatan pertama perbandingan antara nilai F-hitung dengan nilai F-tabel pada df_1 4, df_2 5, *confidence of interval* 95 persen, *alpha* 5 persen diperoleh ambang batas minimum 2,55. Pendekatan kedua dari uji simultan ini, perbandingan antar nilai signifikansi (Sig.)-hitung dengan nilai *alpha* (α) diperoleh ambang batas maksimum sebesar 0,05. Berdasarkan dua pola tersebut, diketahui bahwa nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel dan nilai sig.-hitung lebih kecil dari *alpha*, mengindikasikan bahwa seluruh variabel bebas kualitas *event* mencakup *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta *event* ASTE, dengan begitu hipotesis H_{05} ditolak sedangkan H_{a5} diterima.

Tabel 8.
 Hasil Uji Koefisien
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,690	1,31310

a. Predictors: (Constant), Physical Surrounding, Ingame Entertainment, Game Performance, Staff Quality

b. Dependent Variable: Kepuasan Peserta

Sumber: Hasil penelitian (SPSS 23)

Pengujian koefisien ditelaah kedalam dua koefisien yaitu koefisien determinasi dan koefisien korelasi. Hasil uji koefisien menunjukkan nilai R-square sebagai koefisien

determinasi yang bermakna bahwa seluruh dimensi pada kualitas penyelenggaraan *event* ASTE mempengaruhi 71,2 persen dari kepuasan peserta *event*, sedangkan 28,8 persen lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji pada model penelitian ini. Nilai R sebagai koefisien korelasi bermakna bahwa terdapat pengaruh atau hubungan sangat kuat antar variabel bebas kualitas *event* yang diwakilkan oleh empat dimensi *Game Performance*, *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* dengan variabel terikat kepuasa peserta *event* pada penyelenggaraan *event* ASTE.

Berdasar pada analisis regresi yang digunakan dan merujuk pada hasil uji koefisien dengan nilai tinggi, menunjukkan bahwa menjaga kualitas *event* harus menjadi perhatian khusus bagi penyelenggara. Komitmen dalam menjaga hal tersebut sejalan dengan penelitian John, yang juga menyatakan kualitas *event* dapat ditingkatkan melalui aspek kognitif maupun afektif dalam kaitannya dengan perilaku pengunjung di masa mendatang (Armbrecht, 2021). Mendukung hal tersebut, dikaitkan dengan kepuasan konsumen, konsumen dalam hal ini adalah para peserta *event*, hasil penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa kualitas *event* yang dijaga secara berkesinambungan turut memberikan andil besar dalam kesuksesan sebuah *event*, termasuk *event* E-sport, bahkan akan mampu meningkatkan perspektif positif bukan hanya bagi peserta *event* tetapi juga sebagai pengunjung *event* sebagai bagian tidak terpisahkan dalam ruang lingkup konsumen *event* (Bornemark, 2013; Ghaith Almomani, 2018).

Ditelaah lebih lanjut dari hasil penelitian melalui uji parsial, menunjukkan bahwa secara beurut berdasar tingkat pengaruhnya, diketahui bahwa variabel *in-game entertainment* menyumbang porsi besar pertama bagi kepuasan peserta *event*, kemudian disusul dengan variabel *physical surrounding* dan berikutnya adalah variabel *staff quality*. Hasil penelitian Larassary juga menunjukkan informasi yang saling mendukung dimana pengalaman konsumen, yang dalam penelitian ini merupakan bagian dari variabel *in-game entertainment*, ternyata memberikan pengaruh dominan bagi kepuasan konsumen (Larassary, 2020). Masih dalam penelitian Larassary, interaksi sosial, yang dalam penelitian ini diwakilkan oleh indikator pada *physical surrounding* juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen walaupun dalam besaran yang terbatas. Berbeda dengan penelitian lainnya, indikator yang berhubungan kualitas interaksi yang dibangun melalui kesiapan atmosfer area *event* memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi pengalaman konsumen *sports event* (Biscaia et al., 2021; Yoshida & James, 2010).

Perbaikan dan peningkatan kualitas *event*, tidak terkecuali *e-sports*, melalui faktor-faktor berpengaruh yang ditemukan dalam penelitian ini, berujung pada pencapaian loyalitas konsumen, bagi setiap produk baik barang maupun jasa, pencapaian tersebut menjadi salah satu syarat utama agar sebuah *event e-sports* mampu bertahan untuk kembali diselenggarakan pada tahun mendatang (Behnam et al., 2021; Karo Karo & Firstyana, 2021). Tentunya, membangun loyalitas peserta *event* sebagai konsumen *event e-sports* membutuhkan *treatment* dalam rentang waktu yang tidak singkat, maka menjaga kualitas *event* secara berkesinambungan dengan cara memberi pengalaman yang berkualitas dan tidak terlupakan secara otomatis akan membentuk antusiasme, keinginan konsumen menjadi peserta *event* untuk ikut serta kembali dalam penyelenggaraan *event e-sport* berikutnya (Armbrecht, 2021; Kim et al., 2013).

KESIMPULAN

Berlandaskan pada pembahasan hasil, seluruh hipotesis penelitian telah dijawab sesuai dengan analisis maupun pendekatan yang dilakukan, sehingga dapat ditarik beberapa simpulan berikut:

1. Seluruh empat variabel bebas yang diteliti dalam membangun *event* pada penyelenggaraan *event* ASTE, secara bersama-sama atau simultan memberikan pengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh peserta *event*.
2. Secara parsial, terdapat satu variabel bebas yang tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan peserta *event* yaitu variabel *Game Performance* sedangkan tiga variabel bebas lainnya yaitu *In-Game Entertainment*, *Staff Quality* dan *Physical Surrounding* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap pembangunan kepuasan peserta *event* ASTE.
3. Ditinjau dari besar koefisien persamaan regresi, maka secara berurut berdasarkan tingkat pengaruhnya, variabel *Physical Surrounding* memberikan pengaruh lebih besar terhadap peningkatan kepuasan peserta *event*, kemudian diikuti oleh variabel *In-Game Entertainment* dan *Staff Quality* pada penyelenggaraan *event* ASTE.
4. Berdasar pada koefisien korelasi dan koefisien determinasi, keseluruhan empat variabel bebas yang diteliti untuk membangun kualitas *event* ASTE memiliki hubungan yang sangat kuat dengan besar pengaruh sebesar 71,2 persen terhadap setiap usaha membangun kepuasan peserta *event* sehingga reliabel untuk dijadikan dasar peningkatan dalam penyelenggaraan *event E-sport* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aktan, M., Aydogan, S., & Aysuna, C. (2016). Web Advertising Value and Students' Attitude Towards Web Advertising. *European Journal of Business and Management*, 8(9).
- Armbrecht, J. (2021). Event quality, perceived value, satisfaction and behavioural intentions in an event context. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(2). <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1877191>
- Behnam, M., Pyun, D. Y., Doyle, J. P., & Delshab, V. (2021). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 22(2). <https://doi.org/10.1108/IJSMS-03-2020-0039>
- Biscaia, R., Yoshida, M., & Kim, Y. (2021). Service quality and its effects on consumer outcomes: a meta-analytic review in spectator sport. In *European Sport Management Quarterly*. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1938630>
- bisnis.com. (2021). *Ada 44,2 Juta Pemain Gim E-Sport di Indonesia*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20210314/564/1367248/ada-442-juta-pemain-gim-e-sport-di-indonesia>
- Bornemark, O. (2013). Success Factors for E-Sport Games. *Usccs*.
- Bungin, H. M. B. (2005). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua. In *Kencana*.
- Ducoffe, R. H. (1996). Advertising value and advertising on the web. *Journal of Advertising Research*, 36(5).

- Event Management in Sport, Recreation and Tourism. (2017). In *Event Management in Sport, Recreation and Tourism*. <https://doi.org/10.4324/9781315306155>
- Fradana, A., & Erianjoni, E. (2020). Social Behavior Of Online Game Enthusiasts In The Environment State High School 1 South Solok. *International Journal of Educational Dynamics*, 2(1). <https://doi.org/10.24036/ijeds.v2i1.249>
- Freeman, G., & Wohn, D. Y. (2017). ESports as an emerging research context at CHI: Diverse perspectives on definitions. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, Part F127655*. <https://doi.org/10.1145/3027063.3053158>
- Galuh Putri Riyanto, & Niko. (2021). Asia Games Market Intelligence: Asia Spotlight Report. *Asia Spotlight Record*, 7(March).
- ggwp.id. (2021). *Berita Esports*. <https://ggwp.id/media/esports>
- Ghaith Almomani. (2018). The Relationship among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: An empirical investigation of sports and physical activity sector. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 10(1).
- Honggoriansyah, D., Karo Karo, P., & Permatasari, M. (2020). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada hotel berbintang tiga di kota palembang. *Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas*, 4(2). <https://doi.org/10.24843/jkh.2020.v04.i02.p06>
- Hootsuite. (2020). Hootsuite (We Are Social) Indonesia Digital report 2020. *Global Digital Insights*.
- IESPA. (2021). *News Nasional – IESPA*. <https://www.iespa.or.id/news-nasional/>
- IVENDO. (2020). Laporan Perkembangan Industri Event Indonesia terkait Wabah Covid-19. *Indonesia Event Industry Council (IVENDO)*.
- Karo Karo, P. (2020). Analysis of Experiential Marketing Effect on Tourist Satisfaction Levels at The Tourist Restaurant in Belitung District. *Tourism Scientific Journal*, 5(2). <https://doi.org/10.32659/tsj.v5i2.79>
- Karo Karo, P. (2021). Analisis Pengaruh Kesiapan Kabupaten Banyuasin terhadap Penyelenggaraan Sports Event di Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1). <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.73>
- Karo Karo, P., & Firstyana, A. S. (2021). Pengaruh Sponsorship Pada Event Bingen Fest Terhadap Brand Awareness Authenticity Class Mild. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2). <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.3245>
- Karo, P. K., & Hamonangan, S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Restoran Menghadapi Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1). <https://doi.org/10.22437/jssh.v5i1.14152>
- Kim, T. H., Ko, Y. J., & Park, C. M. (2013). The influence of event quality on revisit intention: Gender difference and segmentation strategy. *Managing Service Quality*, 23(3). <https://doi.org/10.1108/09604521311312237>
- Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A Hierarchical Model of Service Quality for the Recreational Sport Industry. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2).
- Ko, Y. J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. In *Managing Service Quality* (Vol. 21, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/0960452111127983>
- Larassary, A. (2020). Perspektif Pengalaman Konsumen Terhadap Kesuksesan Event Lari Borobudur Marathon 2019. *JUARA: Jurnal Olahraga*, 5(2).

- <https://doi.org/10.33222/juara.v5i2.889>
- Nikopartners.com. (n.d.). *Reports - Niko*. Retrieved October 12, 2022, from <https://nikopartners.com/reports/?lang=en>
- Persada, Y. B. (2020). Kajian Referensi E-Sport Dalam Ranah Olahraga. *Google Cendikia*.
- reelseven.com. (2022). *Reel Seven Organizer*. https://reelseven.com/website_2/
- Rosiana, W., Hermanto, H., & Saufi, A. (2021). Peran Emotional Bonding Dalam Memediasi Hubungan Citra Destinasi Wisata Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan Yang Berkunjung Ke Wisata Paralayang Torok Aik Beleq. *JMM Unram - Master of Management Journal*, 9(4a). <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4a.626>
- Santosa, P. I. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujian SmartPLS. In *ANDI, Yogyakarta*.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Tribunnews.com. (2021). *Rangga Danu Prasetyo: Piala Presiden Esports 2021 Pertandingan Enam Cabang Game - Tribunnews.com*. <https://www.tribunnews.com/sport/2021/10/09/rangga-danu-prasetyo-piala-presiden-esports-2021-pertandingan-enam-cabang-game>
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer Satisfaction with an Action Sports Event. *Sport Marketing Quarterly*.
- Wagen, L. van der. (2020). Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting Events. In *New South Wales: Pearson Education Australia*.
- Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. *Proceedings of the 2006 International Conference on Internet Computing and Conference on Computer Game Development*.
- Weed, M. (2006). Sport tourism and the Development of Sports Events. *Sport Science, Tourism and Leisure*.
- www.indopos.co.id. (2020). *Indonesia Tempati Posisi ke-17 Pasar Game di Dunia - www.indopos.co.id*. <https://www.indopos.co.id/olahraga/2022/04/19/indonesia-tempati-posisi-ke-17-pasar-game-di-dunia/>
- Yoshida, M., & James, J. D. (2010). Customer satisfaction with game and service experiences: Antecedents and consequences. *Journal of Sport Management*, 24(3). <https://doi.org/10.1123/jsm.24.3.338>