

MODERASI MONEY ATTITUDE DAN MEDIA EXPOSURE DALAM MODEL GAMBLING BEHAVIOR PADA MAHASISWA AKUNTANSI

Ghoir Ashar Syakara^{1*}, Budi Barata Kusuma Utami²

^{1,2} Universitas Ahmad Dahlan

E-mail: ¹⁾ ghoin2000012153@webmail.uad.ac.id, ²⁾ budi.utami@act.uad.ac.id

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh *gambling motives* terhadap *gambling behavior* dengan *money attitude* dan *media exposure* sebagai variabel moderasi pada mahasiswa akuntansi. Sampel penelitian ini berjumlah 101 mahasiswa akuntansi yang dipilih secara acak. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *gambling motives* memiliki pengaruh signifikan terhadap *gambling behavior*, namun *money attitude* dan *media exposure* tidak memoderasi pengaruh tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi literatur mengenai *gambling behavior* dan dapat menjadi pertimbangan bagi dunia pendidikan untuk mengedukasi mahasiswa terkait risiko perjudian. Penelitian saat ini menargetkan intervensi dan program pendidikan yang diperlukan untuk perilaku perjudian di kalangan mahasiswa, khususnya, mereka yang mempelajari mata kuliah yang berhubungan dengan keuangan. Oleh karena itu, temuan ini dapat berguna dalam desain elemen kurikulum yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran siswa tentang risiko perjudian dan perilaku yang bertanggung jawab secara finansial.

Kata Kunci: Motivasi Berjudi, Sikap Terhadap Uang, Paparan Media, Perilaku Berjudi

Abstract

This study examines the effect of gambling motives on gambling behaviour with money attitude and media exposure as moderating variables in accounting students. The sample of this study amounted to 101 accounting students who were randomly selected. The analysis technique used is SEM PLS with the help of the SmartPLS3.0 application. The results of this study indicate that gambling motives have a significant influence on gambling behaviour, but money attitude and media exposure do not moderate this influence. This study contributes to the literature on gambling behaviour and can be a consideration for the world of education to educate students regarding the risks of gambling. The current study targeted interventions and educational programs are required for gambling behavior among university students, in particular, those studying finance-related subjects. Therefore, these findings can be useful in the design of curriculum elements which have the aim of raising the awareness of students about the risks of gambling and financially responsible behaviors.

Keywords: Gamble Motives, Money Attitude, Media Exposure, Gamble Behavior

1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini banyak masyarakat yang mudah tertarik untuk mengikuti kegiatan judi online. Kegiatan tersebut sejalan dengan besarnya frekuensi penggunaan internet ataupun media sosial yang cukup tinggi dalam aktivitas masyarakat. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK) pada Oktober 2023 menyatakan bahwa terdapat 2,7 juta masyarakat tercatat sebagai pemain

aktif aktivitas tersebut dengan 77% berasal dari kalangan menengah kebawah yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan buruh (Putri, 2023). Hal ini mengindikasikan bahwa keinginan pelajar dan mahasiswa dalam perilaku berjudi cukup tinggi.

Mahasiswa cenderung melakukan kegiatan judi *online* diawali dengan rasa penasaran atau untuk menghilangkan rasa bosan (Kusumo et. al., 2023). Penelitian ini dilakukan di kalangan mahasiswa akuntansi. Hal ini dianggap menarik karena mahasiswa akuntansi cenderung memiliki mental accounting namun sebaliknya banyak penelitian yang mengungkapkan bahwa mahasiswa melakukan perjudian *online*. Selanjutnya kegiatan judi *online* dalam penelitian kali ini tidak hanya berfokus pada praktik judi *online* itu sendiri. Menurut Macey dan Hamari (2018) praktik perjudian telah berkembang dan mulai masuk dalam ranah *video-games*, terdapat beberapa kegiatan yang memiliki konsep yang mirip dengan praktik perjudian konvensional yaitu *lucky spin*, *loot boxes*, *skins lottery*, dan *in-game betting* dengan tujuan mendapatkan hadiah yang cukup berharga dalam *video-games* tersebut. Kegiatan tersebut seringkali memerlukan sejumlah uang dengan nominal yang cukup besar sehingga dapat menyebabkan masalah keuangan di dunia nyata.

Umumnya motivasi individu dalam melakukan kegiatan perjudian didorong oleh kekayaan dan pengaruh lingkungan sosial. Secara umum motivasi didefinisi sebagai tekanan yang diterima oleh individu baik dari internal maupun eksternal yang memicu dan mengarahkan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Tabri et. al., 2021). Konsep dari motivasi diatas berlaku dalam seluruh kegiatan berisiko seperti olahraga ekstrim, mengkonsumsi alkohol, hingga bermain judi secara online.

Kecenderungan seseorang untuk melakukan kegiatan perjudian didasari oleh keinginan untuk kaya, hal ini umumnya dapat dipengaruhi oleh *attitude* individu terhadap uang. *Attitude* tersebut memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku individu. *Attitude* dapat didefinisi sebagai bentuk keyakinan, perasaan, dan kecenderungan perilaku seseorang terhadap suatu objek, sekelompok individu, atau sebuah peristiwa (Slecza et. al., 2020). *Attitude* individu terhadap uang biasanya dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, dan pengetahuan. Umumnya laki-laki memandang uang sebagai kesuksesan dan sebagai alat untuk membuat orang lain terkesan atas dirinya (Li et. al., 2009). Oleh karena itu *money attitude* yang dimiliki individu dapat memperkuat perilaku perjudian.

Selain sikap terhadap uang, terdapat faktor lain yang dapat memperkuat perilaku berjudi di kalangan mahasiswa. Faktor tersebut adalah *media exposure* atau dampak media terhadap perilaku individu. Menurut Pitt et. al. (2023) menyatakan bahwa perilaku judi di kalangan mahasiswa dapat diperkuat oleh promosi dan pesan yang pernah mereka lihat dari lingkungan sekitarnya ataupun melalui *media exposure* dalam hal ini media sosial. Hal ini menjadi penting karena media sebagai promosi untuk mengkomunikasikan produk aplikasi perjudian online.

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *gambling motives* terhadap tingkat *gambling behavior* di kalangan mahasiswa akuntansi dengan *money attitude* dan *media exposure* sebagai variabel moderasi. Hal tersebut menarik untuk diteliti mengenai peran moderasi *money attitude* dan *media exposure* dalam memperkuat *gambling behavior* pada mahasiswa akuntansi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam penambahan literatur mengenai *gambling behavior*. Secara praktis penelitian ini berkontribusi dunia pendidikan untuk merancang

kurikulum yang dapat mengedukasi mengenai perilaku judi online di kalangan mahasiswa akuntansi.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Self-Determination Theory*

Self-determination theory adalah teori yang dikembangkan dari teori motivasi. Menurut Legault (2017) mendefinisi *self-determination theory* sebagai teori yang menjelaskan tentang kepribadian dan motivasi individu. Teori ini juga menegaskan bahwa keinginan individu dapat berkembang dan dapat terpengaruh dengan lingkungan sosial mereka. Hal ini sejalan dengan faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik yang memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi seseorang. Pada umumnya faktor intrinsik yang mempengaruhi motivasi individu adalah kepuasan individu sedangkan faktor ekstrinsik adalah kekayaan, ketenaran, dan pengakuan. Maka perilaku judi online dapat didorong oleh motivasi individu untuk berkembang dalam konteks peningkatan kemakmuran ekonomi atau keuangan.

2.2. *Gambling Motives*

Stewart dan Zack (2008) menyatakan bahwa motivasi berjudi memiliki kesamaan dengan motivasi meminum alkohol. Pada penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat tiga poin utama yang memotivasi seseorang untuk melakukan perilaku tersebut yaitu *coping*, *enhancement*, dan *social*. Yang dimaksud dengan *coping* adalah motivasi yang berasal dari dorongan setiap individu untuk melakukan suatu hal guna menghindari rasa emosional atau bermain judi dianggap sebagai pelarian, kemudian *enhancement* adalah motivasi dari dalam individu untuk melakukan hal yang dapat menghibur atau meningkatkan rasa bahagia, dalam konteks ini bermain judi dianggap sebagai hiburan, sedangkan yang dimaksud *social* adalah motivasi yang berasal dari eksternal individu untuk meningkatkan hubungan satu individu dengan individu lain. Dalam konteks ini perilaku berjudi disebabkan karena dorongan teman atau lingkungan sekitar. Berdasarkan hal tersebut mengungkapkan bahwa individu pada umumnya akan mudah termotivasi dalam bentuk kekayaan, ketenaran, dan pengakuan.

2.3. *Money Attitude*

Slecza et. al. (2020) menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap uang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keuangan individu, umumnya individu memandang uang sebagai simbol kesuksesan, kekuatan, dan harga diri. Individu yang memandang uang sebagai kesuksesan cenderung bersifat konsumtif untuk meningkatkan harga diri mereka, sehingga individu cenderung melakukan aktivitas yang memiliki pengembalian yang tinggi tanpa melihat risiko lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka sudut pandang individu terhadap uang memiliki pengaruh terhadap sikap individu dalam pengelolaan keuangan.

2.4. *Media Exposure*

de Vreese and neijens (2016) menyatakan bahwa *media exposure* adalah seberapa besar individu telah mendapatkan informasi yang spesifik atas pesan atau konten yang diberikan sehingga dapat mempengaruhi perilaku individu. Thomas et. al. (2023) menyatakan bahwa dalam *media exposure* bidang perjudian memiliki tiga faktor utama yaitu *social exposure* (lingkungan sosial), *physical exposure* (aktivitas harian), dan *symbolic exposure* (iklan).

Dalam konteks ini ketiga faktor tersebut akan digunakan sebagai penilaian tingkat exposure yang diterima oleh individu terhadap dorongan untuk melakukan perjudian.

2.5. *Gambling Behavior*

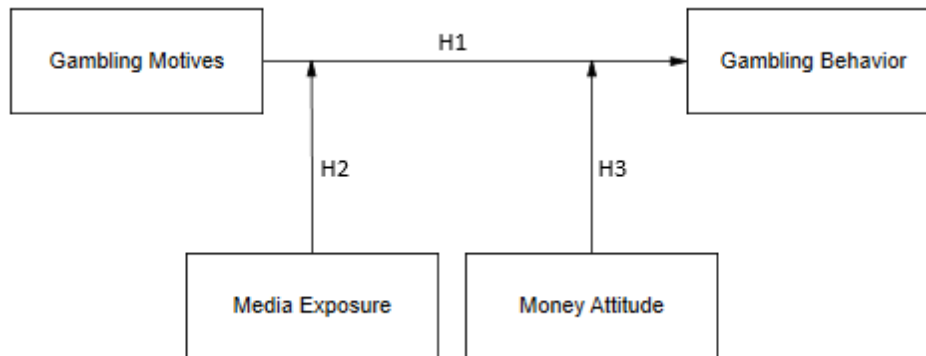
Ma et. al. (2014) menyatakan bahwa inti dari perjudian adalah melakukan pertarungan terhadap uang dengan kemungkinan mendapatkan uang yang lebih banyak. Hal tersebut akan menjadi rutinitas jika individu sudah mendapatkan pengalaman dan mereka akan terus melakukan pertarungan atas sesuatu. Cotte dan Latour (2009) menyatakan bahwa alasan individu melakukan aktivitas perjudian adalah untuk mendapatkan kepuasan diri sendiri dalam bentuk kegembiraan, kesenangan, keuntungan, dan pengakuan dari lingkungan sosial mereka. Berdasarkan hal tersebut maka individu cenderung melakukan pertarungan untuk memperoleh kepuasan diri.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi mahasiswa akuntansi di Indonesia. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *random sampling* dan memperoleh sampel sebesar 101 mahasiswa. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner secara online. Kuesioner dalam penelitian ini berisi tentang pernyataan mengenai variabel *gambling motives*, *money attitude*, *media exposure* dan *gambling behavior* dengan menggunakan indikator yang diukur menggunakan skala *likert* (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju dan (5) Sangat Setuju.

Penelitian ini menggunakan *structural equation model* (SEM) dengan *partial least square* (PLS) untuk menganalisa sampel yang terkumpul dan proses pengolahan data dibantu dengan program aplikasi SmartPLS 3.0. Menurut Azizah dan Utami (2024) menyatakan bahwa *structural equation model* (SEM) digunakan untuk menguji *outer model* dan *inner model*. Pada *outer model* menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Menurut Utami dan Hapsari (2023) data dikatakan valid apabila nilai *Average Variances Extracted* (AVE) lebih besar dari 0,5. dikatakan reliabel apabila data tersebut memiliki nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 dan *cronbach alpha* diatas 0,6.

Selanjutnya pada penelitian ini *inner model* dievaluasi menggunakan R^2 (koefisien determinasi) dan *p-values*. Pengujian hipotesis moderasi dilakukan dengan cara menguji secara langsung variabel *exogenous* terhadap *endogenous* dan melihat *p-value* pada *moderating effect*. Apabila nilai *p-values* pada pengujian langsung dan *moderating effect* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima. Selain itu Pada analisis moderasi perubahan R^2 (koefisien determinasi) mengindikasikan efek moderasi pada pengujian model (Ramayah et. al., 2017). Model variabel *endogenous*, *exogenous* dan *moderator* dapat diilustrasikan dalam diagram konstelasi berikut:



Sumber: Peneliti (2024)

Gambar 1. Rerangka Konseptual

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Sampel

Tabel 1 menunjukkan deskriptif data pada penelitian ini, data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan *google form*. Kriteria dan jumlah sampel pada peneltian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Deskriptif Data

Jenis Kelamin		
Laki-laki	44	44%
Perempuan	57	56%
Kepulauan		
Pulau Jawa	68	67%
Pulau Sumatera	15	15%
Pulau Kalimantan	8	8%
Kepulauan NTB	5	5%
Pulau Sulawesi	4	4%
Kepualan Maluku	1	1%
Kelompok Umur		
< 20 Tahun	49	49%
20 Tahun – 25 Tahun	52	51%
Kelompok Uang Saku		
< Rp1.000.000	46	45%
Rp1.000.000 - Rp2.000.000	50	50%
> Rp2.000.000	5	5%
Aktivitas		
<i>Lucky Spin</i>	67	66%

<i>Sports Betting</i>	12	12%
<i>Pragmatic Play</i>	9	9%
<i>Casino Online</i>	8	8%
<i>Binary Option</i>	5	5%

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

4.1.2 Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Indikator	X	Y	Z1	Z2
<i>Gambling Motives</i> <i>AVE = 0,902</i>	GM1	0,897			
	GM2	0,904			
	GM3	0,904			
	GM4	0,942			
	GM5	0,914			
	GM6	0,939			
	GM7	0,923			
	GM8	0,899			
	GM9	0,884			
	GM10	0,880			
	GM11	0,885			
	GM12	0,931			
	GM13	0,931			
	GM14	0,922			
	GM15	0,884			
<i>Gambling Behavior</i> <i>AVE = 0,827</i>	GB1		0,941		
	GB2		0,970		
	GB3		0,951		
	GB4		0,962		
	GB5		0,890		
	GB6		0,981		
<i>Media Exposure</i> <i>AVE = 0,686</i>	ME1			0,841	
	ME2			0,881	
	ME3			0,890	
	ME4			0,789	
	ME5			0,730	
<i>Money Attitude</i> <i>AVE = 0,687</i>	MA1				0,839
	MA2				0,885
	MA3				0,885
	MA4				0,805
	MA5				0,719

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki validitas konstruk yang baik. Motif perjudian dan perilaku perjudian mempunyai pemuatan faktor tinggi antara 0,880 hingga 0,981, nilai AVE masing-masing 0,902 dan 0,927. Media Exposure dan Money Attitude juga menunjukkan hasil baik dengan pemuatan faktor 0,719 hingga 0,885 dan AVE masing-masing 0,686 dan 0,687, di atas ambang batas 0,5. Semua indikator memiliki muatan yang kuat pada konstraknya, mendukung validitas model pengukuran secara keseluruhan. Item-item survei mewakili konstruk yang dimaksud dengan baik, memberikan dasar yang kuat untuk analisis selanjutnya.

4.1.3 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
<i>Gamble Motives</i>	0,982	0.978
<i>Gamble Behavior</i>	0,986	0.985
<i>Media Exposure</i>	0,916	0.885
<i>Money Attitude</i>	0,916	0.897

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Nilai untuk Composite Reliability dan Cronbach's Alpha sangat tinggi, berkisar antara 0,885 hingga 0,986. Variabel seperti Motif Perjudian dan Perilaku Perjudian memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,97, menunjukkan keandalan yang sangat kuat. Paparan Media dan Sikap Uang juga melaporkan keandalan yang baik dengan nilai di atas 0,88. Temuan ini dapat dipercaya karena skala pengukuran yang andal untuk setiap variabel. Skala pengukuran yang andal ini mengukur efektif konstruk yang dimaksudkan dalam skala masing-masing.

4.1.4 Uji Hipotesis

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistic	P-Values	Keterangan
<i>Gamble Motives -> Gamble Behavior</i>	0,865	0,072	6,266	0,000	Terdukung
<i>Media Exposure -> Gamble Behavior</i>	0,036	0,072	0,553	0,580	Tidak Terdukung
<i>Money Attitude -> Gamble Behavior</i>	-0,158	0,121	1,466	0,143	Tidak Terdukung

<i>Gamble Behavior Moderating Effect (Media Exposure)</i>	0,086	0,116	0,748	0,455	Tidak Terdukung
<i>Moderating Effect (Money Attitude)</i>	-0.210	0,156	1,353	0,177	Tidak Terdukung

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4 membuktikan bahwa *gamble motives* memiliki pengaruh secara langsung terhadap *gamble behavior* yang ditandai dengan nilai *p-values* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya dapat dilihat pada tabel 4 menunjukan bahwa *media exposure* dan *money attitude* tidak berpengaruh terhadap *gamble behavior* dan tidak terdapat efek moderasi dari kedua variabel tersebut.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh *Gambling Motives* Terhadap *Gambling Behavior*

Tabri et. al. (2021) menyatakan bahwa *gamble motives* terdiri dari tiga poin utama yaitu *coping*, *enhancement*, dan *social* yang dapat meningkatkan keinginan individu untuk melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini *gamble motives* memiliki pengaruh secara langsung terhadap *gamble behavior* karena permainan judi online dapat dijadikan sarana hiburan, pelarian, ataupun bentuk bersosial. Selain menjadi sarana hiburan, pelarian, dan bentuk bersosial berjudi juga dianggap dapat meningkatkan kekayaan bagi para pelaku perjudian, hal ini menjadi salah satu faktor instrinsik yang mendorong individu untuk melakukan hal tersebut (Lee et. al., 2007).

4.2.2. Moderasi *Media Exposure* Dalam Pengaruh *Gamble Motives* Terhadap *Gamble Behavior*

Media exposures merupakan bentuk tekanan yang diterima oleh individu melalui media-media yang digunakan dalam keseharian seperti internet, televisi, radio, maupun media elektronik (Noble et. al., 2022). Semakin sering individu menerima informasi baik berupa iklan secara eksplisit maupun implisit akan memudahkan individu aktivitas. Dalam penelitian ini *media exposure* tidak dapat memoderasi pengaruh antara *gamble motives* terhadap *gamble behavior* disebabkan karena tingginya frekuensi individu yang terpapar iklan mengenai judi online menyebabkan desensitisasi atau kurang responsifnya individu terhadap frekuensi iklan judi online. Maka dapat disimpulkan bahwa *gambling behavior* terjadi bukan karena individu memperoleh frekuensi iklan judi online yang tinggi (Binde, 2014; Hing et. al., 2014; Gainsbury, 2015; Kristiansen dan Severin-Nielsen, 2022; Di Censo, et. al., 2023)

4.2.3 Moderasi *Money Attitude* Dalam Pengaruh *Gamble Motives* Terhadap *Gamble Behavior*

Money attitudes merupakan sikap individu dalam memandang uang, *perspective* individu terhadap uang beragam ada yang memandang uang sekedar alat tukar dan ada juga

yang mengagungkan uang dan menjadikan uang sebagai tujuan hidup mereka (Li et. al., 2009). Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *money attitude* tidak dapat memoderasi pengaruh *gamble motives* terhadap *gamble behavior*. Hal tersebut dapat disebabkan karena *bias cognitive* pada pelaku judi online. Aktivitas perjudian cenderung mengambil keputusan yang irrasional dikarenakan terdapat kesalahan dalam pola pikir mereka (Chóliz, 2010). pelaku judi online memiliki keterbatasan dalam berpikir atau bounded rationality. Pelaku judi online memiliki kemampuan berpikir serta pemahaman yang baik terhadap dampak dari judi online, namun sebaliknya mereka tetap melakukan permainan tersebut dikarenakan mereka ingin mendapatkan sensasi dalam melakukan perjudian tersebut serta mereka lebih percaya kepada probabilitas keuntungan yang dijanjikan dibandingkan probabilitas kekalahan yang mereka ketahui (Stetzka dan Winter, 2021).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat diambil simpulan bahwa *gamble motives* memiliki pengaruh secara langsung terhadap *gamble behavior* pada mahasiswa akuntansi. Kemudian untuk *media exposure* dan *money attitude* tidak memoderasi pengaruh antara *gamble motives* terhadap *gamble behavior*. Hal tersebut ditunjukkan dengan tidak terdapat efek moderasi pada pengujian statistik. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan di kalangan mahasiswa akuntansi dikarenakan perilaku perjudian berbanding terbalik dengan konsep *mental accounting* yang seharusnya mereka miliki. Kelemahan dalam penelitian ini terdapat pada ukuran sampel yang relatif kecil dan terdapat kemungkinan bias pada data yang diperoleh menggunakan kuesioner. Pada penelitian selanjutnya diarahkan pada variabel-variabel yang dapat memitigasi *gambling behavior* pada mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, C. U., & Utami, B. B. K. (2024). Integrasi Reputasi Lembaga sebagai Variabel Mediasi dalam Memprediksi Minat Muzakki Berzakat di LazisMu. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 7(1), 36-47. <https://doi.org/10.35326/jiam.v7i1.5197>
- Binde, P. (2014). Gambling advertising: A critical research review.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modeling. *MIS Quarterly*, 22(1), vii–xvi. <http://www.jstor.org/stable/249674>
- Chóliz, M. (2010). Cognitive Biases and Decision Making in Gambling. *Psychological Reports*, 107(1), 15–24. <https://doi.org/10.2466/02.09.18.22.pr0.107.4.15-24>
- Cotte, J., & Latour, K. A. (2009, February). Blackjack in the Kitchen: Understanding Online versus Casino Gambling. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 742–758. <https://doi.org/10.1086/592945>
- de Vreese, C. H., & Neijens, P. (2016, April 2). Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2–3), 69–80. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150441>

- Di Censo, G., Delfabbro, P., & King, D. L. (2024). The impact of gambling advertising and marketing on young people: A critical review and analysis of methodologies. *International Gambling Studies*, 24(1), 71-91. <https://doi.org/10.1080/14459795.2023.2199050>
- Gainsbury, S. M., Russell, A., Hing, N., Wood, R., Lubman, D., & Blaszczynski, A. (2015). How the Internet is changing gambling: Findings from an Australian prevalence survey. *Journal of Gambling Studies*, 31, 1-15. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9404-7>
- Hing, N., Cherney, L., Blaszczynski, A., Gainsbury, S. M., & Lubman, D. I. (2014). Do advertising and promotions for online gambling increase gambling consumption? An exploratory study. *International Gambling Studies*, 14(3), 394-409. <https://doi.org/10.1080/14459795.2014.903989>
- Kristiansen, S., & Severin-Nielsen, M. K. (2022). Adolescent gambling advertising awareness: A national survey. *International Journal of Social Welfare*, 31(2), 263-273. <https://doi.org/10.1111/ijsw.12501>
- Kusumo, D. N., Ramadhan, M. R., & Febriyanti, S. (2023). Maraknya Judi Online Di Kalangan Masyarakat Kota Maupun Desa. *Perspektif*, 2(2). <https://doi.org/10.53947/perspekt.v2i3.391>
- Lee, H. P., Chae, P. K., Lee, H. S., & Kim, Y. K. (2007, February). The five-factor gambling motivation model. *Psychiatry Research*, 150(1), 21-32. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2006.04.005>
- Legault, L. (2017). Self-Determination Theory. In: Zeigler-Hill, V., Shackelford, T. (eds) *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1162-1
- Li, D., Jiang, Y., An, S., Shen, Z., & Jin, W. (2009, June 12). The influence of money attitudes on young Chinese consumers' compulsive buying. *Young Consumers*, 10(2), 98-109. <https://doi.org/10.1108/17473610910964688>
- Ma, X., Kim, S. H., & Kim, S. S. (2014, September). Online Gambling Behavior: The Impacts of Cumulative Outcomes, Recent Outcomes, and Prior Use. *Information Systems Research*, 25(3), 511-527. <https://doi.org/10.1287/isre.2014.0517>
- Macey, J., & Hamari, J. (2018). eSports, skins and loot boxes: Participants, practices and problematic behaviour associated with emergent forms of gambling. *New Media & Society*, 21(1), 20-41. <https://doi.org/10.1177/1461444818786216>
- Noble, N., Freund, M., Hill, D., White, V., Leigh, L., Lambkin, D., Scully, M., & Sanson-Fisher, R. (2022, December). Exposure to gambling promotions and gambling behaviours in Australian secondary school students. *Addictive Behaviors Reports*, 16, 100439. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2022.100439>
- Pitt, H., McCarthy, S. and Thomas, S. (2023), "The Impact of Marketing on the Normalisation of Gambling and Sport for Children and Young People", McGee, D. and Bunn, C. (Ed.) *Gambling and Sports in a Global Age (Research in the Sociology of Sport, Vol. 18)*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 169-183. <https://doi.org/10.1108/S1476-285420230000018011>
- Putri, A. A. (2023, December 15). Transaksi Judi Online di Indonesia Sudah Mencapai 200 Triliun, Kominfo Berantas Platform Judi Online! GoodStats. <https://goodstats.id/article/transaksi-judi-online>

- Ramayah, T. J. F. H., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M. A. (2018). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using smartPLS 3.0. An updated guide and practical guide to statistical analysis, 967-978.
- Sleczka, P., Braun-Michl, B., & Kraus, L. (2020, October 12). Gamblers' attitudes towards money and their relationship to gambling disorder among young men. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(3), 744–755. <https://doi.org/10.1556/2006.2020.00042>
- Stetzka, R. M., & Winter, S. (2021). How rational is gambling? *Journal of Economic Surveys*, 37(4), 1432–1488. <https://doi.org/10.1111/joes.12473>
- Stewart, S. H., & Zack, M. (2008, June 28). Development and psychometric evaluation of a three-dimensional Gambling Motives Questionnaire. *Addiction*, 103(7), 1110–1117. <https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2008.02235.x>
- Tabri, N., Xuereb, S., Cringle, N., & Clark, L. (2021, August 11). Associations between financial gambling motives, gambling frequency and level of problem gambling: a meta-analytic review. *Addiction*, 117(3), 559–569. <https://doi.org/10.1111/add.15642>
- Thomas, S., McCarthy, S., Pitt, H., Marko, S., Cowlshaw, S., Randle, M., & Daube, M. (2023, June). “It is always there in your face.” Australian young people discuss exposure to gambling activities and promotions. *SSM - Qualitative Research in Health*, 3, 100220. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2023.100220>
- Utami, B. B. K., & Hapsari, W. D. (2023). Pengetahuan Keuangan dan Pengalaman Keuangan pada Perencanaan Investasi: Pemoderasi Pengendalian Diri. *Value Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 237–252. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i2.3679>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).