

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa konten padel di Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada masyarakat di Kota Pekanbaru. Semakin sering dan menarik konten padel yang disajikan di Instagram, semakin tinggi pula perasaan takut tertinggal terhadap tren atau aktivitas bermain padel yang sedang berkembang. Selain itu, *fear of missing out* (FOMO) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bermain padel di Kota Pekanbaru, yang menunjukkan bahwa dorongan psikologis akibat rasa takut kehilangan pengalaman atau kesempatan sosial mampu meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk mencoba dan berpartisipasi dalam olahraga padel. Lebih lanjut, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* (FOMO) berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara konten padel di Instagram tidak hanya memengaruhi minat bermain padel secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan FOMO. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan pentingnya peran media sosial, khususnya Instagram dalam membentuk respons psikologis dan minat masyarakat terhadap olahraga padel di Kota Pekanbaru.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran akademis dan praktis yang dapat diberikan, diantaranya adalah sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Dari sisi akademis, terdapat beberapa saran dari hasil penelitian ini agar dapat dikembangkan menjadi lebih baik pada penelitian selanjutnya. Penelitian ini menggunakan olahraga padel sebagai objek penelitian terkhusus strategi pengaruh *sosial media marketing* terhadap *purchase*

intention dengan mediasi FOMO. Penelitian selanjutnya dapat meneliti objek penelitian yang berbeda, seperti cabang olahraga yang lain.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis, terdapat beberapa saran dari hasil penelitian ini yang harapannya dapat berguna bagi olahraga padel dalam meningkatkan *purchase intention* konsumen-nya.

Pemasaran melalui *social media marketing* perlu dipertahankan dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi dan dapat diiringi dengan rasa psikologis FOMO pada konsumen. Karena hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *purchase intention* sepenuhnya dipengaruhi oleh *social media marketing* dengan bantuan mediasi FOMO.

