

direkomendasikan kepada orang lain yang memiliki keinginan untuk membeli. Adapun responden yang mendapatkan rekomendasi produk beras merah dari orang lain mengungkapkan bahwa mereka cenderung memilih produk beras hasil rekomendasi yang lebih murah dengan kualitas yang bagus sesuai dengan harapan responden. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martono dan Iriani (2014) dengan hasil dimana faktor harga secara signifikan berkorelasi dan berpengaruh secara signifikan dengan minat beli konsumen.

Mengenai peran Word of Mouth dan kualitas produk terhadap minat konsumsi pada penelitian kali ini, telah diketahui sebelumnya bahwa kedua variabel X yaitu Word of Mouth dan kualitas produk memiliki hubungan korelasi dengan variabel Y yaitu minat konsumsi. Dimana secara keseluruhan indikator Word of Mouth dengan nilai R_s (koefisien korelasi) sebesar 0,648 yang terdiri dari membicarakan, merekomendasikan, dan mendorong memiliki hubungan korelasi kuat dengan minat konsumsi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Molinari et al., 2008) yang mengemukakan bahwa konsumen akan melakukan *Word of Mouth Communication* dengan menceritakan pengalaman setelah mereka mengonsumsi sebuah produk kepada orang lain.

Selanjutnya adalah kualitas produk yang terdiri dari 5 indikator diantaranya adalah tampilan, aroma, tekstur, kemasan, dan harga. Dimana setelah dianalisis, ternyata didapatkan hasil bahwa tiap indikator pada variabel tersebut memiliki hubungan korelasi dengan minat konsumsi masyarakat meskipun pada hasil tersebut diketahui bahwa hubungan korelasi dari kedua variabel tersebut merupakan hubungan korelasi yang rendah. Adapun hasil nilai R_s (koefisien korelasi) yang didapatkan dari variabel kualitas produk secara keseluruhan dengan minat konsumsi ialah 0,326 yang berarti bahwa hubungan korelasi variabel kualitas produk secara keseluruhan dengan variabel minat konsumsi merupakan hubungan korelasi yang rendah. Hal ini cukup berbeda dengan beberapa hasil penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Ries & Trout (2002), dan (Anwar, 2015) yang mendapatkan hasil dimana kualitas produk akan menjadi pertimbangan penting dan berpengaruh terhadap persepsi dan keputusan konsumen dalam memilih produk. Lebih lanjut menurut (Puspasari, 2014) dan (Astaki & Purnami, 2019), jika suatu produk memiliki kualitas dan mutu yang baik maka konsumen akan senang dan akan menimbulkan perilaku dan tanggapan yang positif sehingga dapat menimbulkan kecenderungan untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang berjudul Peran Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumsi Beras Merah pada Masyarakat di Kawasan Tanjung Bunga, Kota Makassar, dapat disimpulkan bahwa peran Word of Mouth tergolong cukup kuat dalam menentukan minat konsumsi beras merah, serta peran kualitas produk tergolong cukup lemah dalam menentukan minat konsumsi beras merah di Kawasan Tanjung Bunga, Kota Makassar.

Saran

Adapun saran yang data diberikan baik kepada petani, produsen, maupun pedagang beras merah ialah agar sekiranya kualitas produk beras merah lebih ditingkatkan lagi baik dari segi perawatan pada saat masa penanaman, kebersihan produk dari kulit terluar maupun kotoran, hingga pemberian kemasan yang lebih menarik, informatif, serta bervariasi pada saat diproduksi guna memudahkan konsumen dalam memilih beras merah yang akan dikonsumsi sehingga dapat lebih meningkatkan minat konsumsi dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Sernovitz; Seth Godin; Guy Kawasaki. (2012). Word of mouth marketing : how smart companies get people talking. In *Kaplan Publishing*.
- Astaki, N. P. D. P., & Purnami, N. M. (2019). PERAN WORD OF MOUTH MEMEDIASI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p05>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2021*. <https://sulsel.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve>

- BPS Provinsi Sulawesi Selatan. (2020). *Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Angka 2020*. BPS Provinsi Sulawesi Selatan. <https://sulsel.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve>
- Brown, T. J., B. T. E., D. P. A., & G. R. F. (2005). Spreading the word: Investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33(2), 123–138.
- Cooper, D. R., Schindler, P. S., & Sun, J. (2006). Business research methods (Vol 9). In *Business Research Methods* (Issue 2000).
- Dewi, R. C., & Hayati, M. (2021). Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Beras Merah Organik. *AGRISCIENCE*, 2(2). <https://doi.org/10.21107/agriscience.v2i2.11412>
- Ekinci, Y., Dawes, P. L., & Massey, G. R. (2008). An extended model of the antecedents and consequences of consumer satisfaction for hospitality services. *European Journal of Marketing*, 42(1–2). <https://doi.org/10.1108/03090560810840907>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut. Cetakan.1. Yogyakarta: Media Pressindo.*
- Iful Anwar, & Budhi Satrio. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 04(12).
- Kurniawan, G. (2017). *Penerbit: Mitra Sumber Rejeki*. <http://stieyapan.ac.id/wp-content/uploads/2017/12/PERAN-WORD-OF-MOUTH-KEPERCAYAAN-DAN-KUALITAS-PRODUK-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN-KAIN-BATIK-PADA-PENGRAJIN-KAMPOENG-BATIK-JETIS-SIDOARJO.pdf>
- Molinari, L. K., Abratt, R., & Dion, P. (2008). Satisfaction, quality and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B services context. *Journal of Services Marketing*, 22(5). <https://doi.org/10.1108/08876040810889139>
- Nurmalina, R., & Astuti, E. P. (1970). Analisis Preferensi dan Kepuasan Konsumen terhadap Beras di Kecamatan Mulyorejo Surabaya Jawa Timur (The Analysis of Preferences and Customer Satisfaction on Rice in Mulyorejo District, Surabaya, East Java). *Jurnal Sains Terapan*, 1(1). <https://doi.org/10.29244/jstsv.1.1.42-53>
- Puspasari, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Richins M.L., & T., R.-S. (1988). The role of involvement and opinion leadership in consumer word-of-mouth: An implicit model made explicit. *Advances in Consumer Research*, 15(1).
- Rizal, A. N., Alam, A. S., & Wahyuni, F. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS BERAS MERAH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi KAasus di CV. PURE Cianjur). *AGRITA (AGri)*, 2(2). <https://doi.org/10.35194/agri.v2i2.1174>
- SAIDAH, S. (2015). *Daya hasil padi sawah varietas Inpari 24 di beberapa lokasi SL-PTT di Sulawesi Tengah*. <https://doi.org/10.13057/psnmbi/m010531>
- Sianturi, J. V. O., Putra, I. G. S. A., & Ginarsa, W. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap Beras Merah Organik di Kota Denpasar. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 2(3).
- Sugiyono (2011:188). (2015). Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta. *Sugiyono (2011:188), 151.*
- Sukini, Mantikei, B., & Manurung, Y. (2020). Pengaruh Word Of Mouth Communication Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Restaurant J'S Kitchen And Lounge Kalawa Waterpark, Palangka Raya). *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 1(2). <https://doi.org/10.52300/jmso.v1i2.2376>
- Sutisna. (2003). Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam Pemasaran. *Ghalia Indonesia, Jakarta*. <https://doi.org/10.1007/BF01013984>
- Yuliati, L. N., Retnaningsih, R., & Aprilia, D. (2012). Pengaruh Kelompok Acuan terhadap Kesadaran dan Konsumsi Beras Merah (*Oryza nivara*). *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 5(2). <https://doi.org/10.24156/jikk.2012.5.2.166>