

KARAKTERISTIK PRODUK BUSANA PESTA YANG DIMINATI KONSUMEN BUTIK ALBEN AYAUB ANDAL

Devi Prahayu Ningtyas

Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
deviningtyas@mhs.unesa.ac.id

Mein Kharnolis

Dosen Pembimbing Skripsi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
meinkharnolis@unesa.ac.id

Abstrak

Karakteristik produk adalah keistimewaan produk yang berfungsi untuk membantu konsumen membedakan suatu produk. Busana pesta adalah busana yang dikenakan untuk menghadiri kesempatan acara pesta atau sejenisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik produk busana pesta yang diminati konsumen butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order dan sistem produksi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan akan menghasilkan data yang bersifat kualitatif. Pengumpulan data dengan metode observasi dan wawancara dengan menggunakan instrumen penelitian yang digunakan berupa instrumen observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik produk busana pesta yang diminati konsumen berdasarkan personal order dan sistem produksi ditinjau dari ide, desain produk, warna selalu mengikuti tren dan bukan untuk diproduksi secara massal serta fitur produk terletak pada penerapan desain hiasan pada produk busana pesta.

Kata Kunci: Karakteristik produk, busana pesta, minat konsumen.

Abstract

Product characteristics are product features that function to help consumers differentiate a product. Party dress is clothing worn to attend to party events or the like. This study aims to find out the characteristics of party fashion products that interest Alben Ayub Andal consumers based on personal orders and production systems. The type of research used is descriptive research and will produce qualitative data. Data collection using observation and interview methods using research instruments used in the form of observation and interview instruments. The results showed that the characteristics of party fashion products that are of interest to consumers based on personal orders and production systems in terms of ideas, product design, colors always follow the trend and not to be mass-produced and product features lie in the application of decorative designs to party fashion products.

The key word: The characteristics of the product, the partyfashion, consumer interest.

PENDAHULUAN

Busana merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia disamping makanan dan tempat tinggal. Busana adalah bahan tekstil atau bahan kain yang telah dijahit, dipakai dengan cara disarungkan, disampirkan, atau dililitkan untuk menutupi tubuh seseorang, (Yuiarma, 2006:1). Busana memiliki bermacam-macam jenis, salah satunya adalah busana pesta. Busana pesta adalah busana yang dikenakan untuk menghadiri kesempatan acara pesta atau sejenisnya yang dikenakan baik pesta pagi hari, siang hari maupun malam hari. Busana pesta dibuat lebih istimewa, spesial dari busana sehari-hari, (Sri Widarwati 2005:5). Perkembangannya *fashion* mempengaruhi tren busana pesta.

Tren busana pesta tidak hanya berperan sebagai penutup tubuh, tetapi juga berfungsi untuk mempercantik penampilan dan status sosial. Desain busana pesta tidak lagi konservatif tapi lebih kontemporer dan berjiwa muda

sehingga lebih diminati mulai dari kalangan remaja putri hingga wanita dewasa. Kelebihan atau karakteristik pada produk merupakan nilai tambah yang akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (Simamora, 2004).

Karakteristik pada produk busana pesta di Butik Alben Ayub Andal berbeda dari produk busana pesta lainnya mulai dari desain produk, fitur produk, kualitas produk, merek, kemasan, label yang diperoleh dari personal order dan diproduksi hingga menghasilkan busana pesta yang mempunyai karakteristik sehingga diminati oleh konsumen. Butik harus berinovasi dan menunjukkan karakteristik terhadap produk busana pesta, salah satu butik yang menunjukkan karakteristik dan terus berinovasi secara terus menerus terhadap produk busana pesta adalah Butik Alben Ayub Andal.

Butik Alben Ayub Andal. Butik Alben Ayub Andal yang didirikan oleh bapak Alben Ayub Andal di Jalan

Taruna IX no 75 Wage Taman Sidoarjo - Jawa Timur. Butik Alben Ayub Andal merupakan suatu usaha yang menerima jasa pembuatan busana pesta berdasarkan pesanan. Proses pembuatan busana pesta menggunakan mesin *high speed*. Desain yang digunakan terinspirasi dari sulam usus lampung. Sebagian besar warnanya didominasi dengan warna - warna keceriaan dan warna pastel, warna latar (kain) biru, hijau, merah, putih, *gold*, *silver* dan *nude*.

Alben Ayub Andal membuat produksi busana pesta sendiri untuk berinovasi menghasilkan produk busana pesta yang mempunyai karakteristik melalui desain busana yang ditunjukkan. Desain hiasan yang digunakan sebagai menam-bahan keindahan pada busana pestanya berupa bordir, payet, aplikasi brokat dan pita. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan strategi promosi melalui pameran - pameran, fashion show yang diikuti oleh bapak Alben Ayub Andal. Promosi yang dilakukan supaya konsumen dapat melakukan personal order sesuai yang diinginkan.

Konsumen juga dapat membeli produk - produk busana yang telah diproduksi di Butik Alben Ayub Andal. Bahan yang digunakan untuk produk busana pesta berdasarkan produksi cenderung menggunakan bahan mewah seperti bahan lace dan brokat dan lain sebagainya, berdasarkan personal order bahan yang digunakan menyesuaikan dengan desain, apabila desain busana memerlukan bahan-bahan yang melangsai maka kain yang digunakan seperti kain shifon, satin, tile dan lain - lain. Kombinasi warna bahan dengan hiasan yang digunakan berdasarkan personal order selain mengikuti tren *fashion* dan pasar kain juga menyesuaikan karakter konsumen. Berdasarkan produksi, pemilihan warna untuk kombinasi warna menyesuaikan dengan tren *fashion* dan pasar kain. Produk-produk busana pesta Di Butik Alben Ayub Andal memiliki kesan anggun, *glamor* dan cantik sehingga tak jarang konsumen yang memesan produk busana tersebut dari kalangan artis ibu kota seperti pelanggan setianya Inul Daratista. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas, dapat diperoleh gambaran bahwa produk berkaitan dengan proses dan karakteristik yang menarik. karakteristik kategori produk merupakan sifat suatu produk yang dapat membedakan produk tersebut dengan produk lainnya, (Dharmemesta dan Shellyana, 2006:91). Karakteristik produk dalam penelitian ini mencakup dari seperangkat unsur - unsur atribut produk. Perlu dan penting penelitian diadakan untuk menganalisa karakteristik produk busana pesta yang diminati konsumen di Butik Alben Ayub Andal di jalan Taruna IX no 75 Wage Taman Sidoarjo -Jawa Timur berdasarkan personal order dan berdasarkan produksi.

Berdasarkan pesanan banyak costumer membeli busana pesta berdasarkan Karakteristik produk busana pesta Di Butik Alben Ayub Andal, sehingga peneliti tertarik meneliti "Karakteristik Produk Busana Pesta Yang Diminati Konsumen Butik Alben Ayub Andal"

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan judul, rumusan masalah dan tujuan penelitian maka jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal-hal lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2010:3).

Deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang berupa kata-kata, gambar-gambar, bukan angka-angka (Moleong, 2011: 11). Istilah kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan baha (Moleong, 2011: 6).

Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang karakteristik busana pesta yang ditinjau dari unsur- unsur atribut dan minat konsumen yang terdapat di butik Alben Ayub Andal, Jl. Wage Taman, IX Nomer 75 Sidoarjo. Penelitian yang digunakan yakni kualitatif, jadi penelitian ini dilaksanakan dengan mencari karakteristik dan keunggulan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal, selanjutnya mendeskripsikan busana pesta (produk yang menjadi karakter atau identitas butik Alben Ayub Andal), dan selanjutnya mencari yang diminati konsumen.

B. Data Penelitian dan Sumber Data

Sumber data menurut Arikunto (2010:172), yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dimana data dapat diperoleh. Berkaitan dengan hal tersebut maka jenis data dibagi menjadi dua :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber atau informan yang dianggap berpotensi dalam memberikan informasi yang relevan dan sebenarnya dilapangan, data penelitian dapat dike-lompokkan menjadi data kuantitatif dan kualitatif.

Data yang dihasilkan dari penelitian kualitatif berupa kata- kata bukan angka- angka. Penelitian ini berisi kutipan- kutipan untuk memberikan gambaran penyajian laporan. Data dapat diperoleh dari wawancara dan dokumentasi pribadi, dokumen resmi serta foto-foto, (Lexy dan Moleong, 2007: 157). Data penelitian dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dinyatakan dalam bentuk deskriptif (kalimat atau uraian). Data penelitian ini berkaitan dengan ruang lingkup karakteristik busana pesta yang diminati di butik Alben Ayub Andal.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebagai data pendukung data primer dari literatur dan dokumen serta data yang diambil dari suatu pihak terkait yang berupa bahan bacaan dan bahan penelitian digunakan untuk memperoleh informasi, maka diperlukan instrumen dalam penelitian ini berupa pedoman wawancara.

Apabila penelitian menggunakan observasi, sumber datanya berupa benda, gerak atau proses, apabila peneliti menggunakan dokumentasi maka sumber datanya adalah dokumen itu sendiri, (Arikunto, 2010: 172). Sumber penelitian ini, adalah sumber data yang berwujud:

1. Tempat penelitian
Penelitian ini dilaksanakan di butik Alben Ayub Andal, Jl. Wage Taman, IX Nomer 75 Sidoarjo. Informan atau wawancara dengan bapak Alben Ayub Andal selaku pimpinan dan pemilik butik Alben Ayub Andal.
2. Dokumentasi
Dokumentasi yaitu dokumen- dokumen (gambar dan catatan pemasaran), produk busana pesta, proses dan motif hiasan atau dokumen secara keseluruhan.

C. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati, (Sugiyono, 2011:102). Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah manusia, hal ini disebabkan adanya ciri- ciri umum yang dimiliki manusia, sedangkan instrument pendukung dan alat bantu lainnya seperti, pedoman wawancara, pedoman observasi dan alat pengambil gambar sebagai peralatan tambahan (Meleong, 2007: 19). Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Instumen Observasi

Instrumen observasi digunakan untuk mengungkapkan metode observasi yang dilakukan saat penulis mengadakan penelitian awal. Instrument observasi adalah:

- a. Lokasi Usaha
- b. Produk (desain, fitur, dan kualitas produk)
- c. Kemasan
- d. Merek
- e. Label

2. Instumen Wawancara

Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawan cara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu, Moleong (2014:186). Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik busana yang diminati konsumen melalui unsur- unsur atribut produk yang meliputi:

- a. Lokasi Usaha
- b. Produk (desain, fitur dan kualitas produk)
- c. Merek
- d. Label

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan untuk mengolah data dan hasil penelitian sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan. Proses analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan model Miles dan Huberman (Prastowo, 2011: 242) yaitu melalui proses reduksi data, penyajian data dan penarikan simpulan. Adapun penjabaran sebagai berikut ini:

a. Reduksi data

Reduksi data adalah merangkul, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dengan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan, Sugiyono (2011:247). Dalam penelitian ini menggunakan reduksi metode untuk merangkul data yang terkumpul dan memfokuskan hal-hal yang penting. Selama proses reduksi data tahap selanjutnya adalah:

1) Mengkatagorikan data

Mengkatagorikan data adalah upaya memilah-milah setiap satuan data kedalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan (Moleng, 2011: 288)

2) Interpretasi

Interprestasi data adalah pencarian penger-tian yang lebih luas tentang data yang telah dianalisis. Interpretasi dapat dari penjelasan lain adalah penjelasan yang terinci tentang arti yang sebenarnya dari data penelitian (Hasan, 2002: 137).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pemilihan data yang diperoleh pada saat pene-litian mengenai bagaimana karakteristik yang diminati konsumen di butik Alben Ayub Andal, maka data tersebut diklarifikasikan dan dipilih secara sederhana.

b. Pemeriksaan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diusahakan kemantapan dan kebenarannya. Oleh karena itu peneliti harus memilih dan menentukan cara-cara yang tepat untuk mengembangkan validitas data yang diperolehnya. Cara pengumpulan data yang beragam tekniknya harus sesuai dan tepat untuk menggali data yang benar-benar diperlukan bagi penelitian.

Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, validitas dan reabilitas data yang akan digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

1) Triangulasi Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Lebih spesifik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai salah satunya dengan cara membandingkan hasil wawancara narasumber atau informan satu dengan narasumber atau informan penelitian yang lain (Moleong, 2007: 330-331).

2) Menggunakan bahan referensi

Bahan referensi di sini adalah adanya bahan pendukung untuk membuktikan data yang telah kita temukan. Sebagai contoh, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman/transkrip wawancara, foto-foto atau dokumen autentik untuk mendukung kredibilitas data. Selain itu hasil penelitian diperkuat dengan membandingkan hasil penelitian terdahulu.

c. Penyajian data

Seperangkat mereduksi data juga perlu diorganisasikan ke dalam bentuk penyajian data (display data) sehingga terlihat bentuknya secara utuh berupa sketsa, synopsis, matriks, atau bentuk naratif yang diperlukan untuk memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan (Bugin, 2003: 70). Penyajian data berdasarkan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Prastowo, 2001: 244).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan naratif adalah peneliti mendeskripsikan informasi mengenai bagaimana karakteristik produk busana pesta yang diminati konsumen di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order dan proksi kemudian simpulan dan selanjutnya simpulan tersebut disajikan dalam teks naratif.

d. Verifikasi dan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan langkah akhir dalam pembuatan laporan penelitian. Penarikan kesimpulan adalah usaha guna mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola penjelasan, alur sebab akibat. Kesimpulan yang telah ditarik maka kemudian diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali dan mencatat lapangan agar memperoleh

pemahaman yang tepat. Selain itu, juga dapat mendiskusikan (Usman, 2009: 87).

Pada tahap ini, penulis menarik kesimpulan dari data yang telah disimpulkan, kemudian mencocokkan kembali catatan dan pengamatan yang telah dilakukan penulis pada saat penelitian mengenai bagaimana karakteristik busana pesta yang diminati konsumen berdasarkan personal order dan produksi.

A. Hasil Penelitian

Pada penelitian deskriptif kualitatif, peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang dilakukan berdasarkan sumber data-data. Data hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan mengenai karakteristik produk busana pesta yang diminati di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order dan produksi dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hasil observasi dengan pemilik butik Alben Ayub Andal. Operasi ini ada beberapa aspek yang peneliti amati identitas usaha, produk, kemasan, merek, label dan tata pemesanan.

a. Identitas usaha :
Nama Pemilik :
Nama Usaha :
Lokasi :
Produk :

b. Butik Alben Ayub Andal

Butik Alben Ayub Andal adalah butik yang berada di kawasan jalan Taruna IX no 75 Wage Taman Sidoarjo - Jawa Timur ini memiliki lokasi yang sangat strategis pada kota yang dijuluki kota bandeng tersebut, pemilik Butik Alben Ayub Andal bernama Alben Ayub Andal tersebut yaitu yang menjalankan bisnis di bidang busana. Karyawan di Alben Ayub Andal berjumlah 11 karyawan. Di *showroom* tersebut kebanyakan barangnya pesanan dari konsumen bukan memproduksi dalam jumlah besar, Butik Alben Ayub pernah kerjasama dengan Interin, sekarang kerjasama dengan desainer-desainer lain yang bernama D2-I dan sekarang mempunyai brand sendiri.

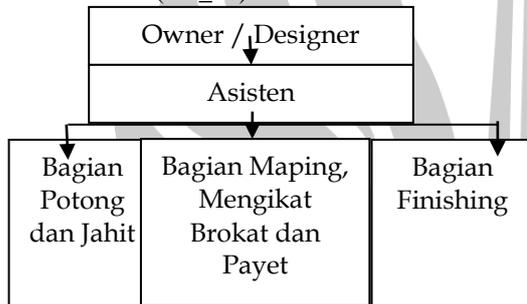
Butik Alben Ayub mempunyai ciri khas tersendiri dalam pembuatan busana pesta dari segi teknik jahit dan garis hias sebagai unggulan busana pestanya. Ciri khas yang di tonjolkan pada busana pesta yaitu desain, motif dan warna terlihat bagus. *Customer* bisa juga memesan motif, bahan, warna, hiasan - hiasan busana pesta dan garis hias yang akan dibuat untuk busana pestanya. Bukan hanya busana pesta malam wanita remaja maupun dewasa yang yang dipesan di Butik Alben Ayu, namun lebih

beragam yang dipesan di Butik Alben Ayub yaitu contohnya jilbab, busana pesta anak - anak, busana pria, gamis dan lain – lain.

a) Struktur Organisasi

Struktur organisasi digunakan untuk mengetahui pembagian kerja dalam suatu usaha. Tujuannya adalah agar industry selalu bisa memberikan kualitas produk yang memuaskan dan selalu ada peningkatan kualitas kerja yang baik dari para pegawainya. Industry dengan struktur organisasi yang baik akan mampu berkembang di setiap tahunnya. Dalam struktur organisasinya terdapat garis-garis penghubung dimana setiap garisnya berbeda dengan maksud untuk membedakan antara garis coordinator dan garis instruksi.

Di bawah ini terdapat struktur organisasi yang ada di Alben Ayub Andal (aaa_18):



Description sebagai berikut :

b) Staff Office

Owner

Selain sebagai *owner* dan pimpinan Alben Ayub Andal juga berperan sebagai *fashion designer* yang mendesain busana pesta.

c. Produk

Produk yang akan dijelaskan peneliti mengenai produk busana pesta yang diminati di butik Alben Ayub Andal ditinjau berdasarkan unsur-unsur atribut produk yang dianggap penting, yaitu Menurut Fandy Tjiptono (2008) :

Atribut Produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan. Atribut Produk meliputi merek, kemasan, jaminan(garansi), pelayanan, dan sebagainya.

1) Merek Merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Merek yang baik juga menyampaikan jaminan

tambahan berupa jaminan kualitas. Peneliti melihat atau mengamati merek butik Alben Ayub Andal desainnya simple dan elegan, yang didukung dengan warna hitam dan putih sebagai tulisannya, merek Alben Ayub Andal diambil dari nama pemilik butik Alben Ayub Andal itu sendiri yang digunakan untuk beberapa tujuan yaitu:

- a) Sebagai identitas, yang bermanfaat dalamnya diferensiasi ataupun membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya.
- b) Alat promosi, yaitu sebagai daya tarik produk.
- c) Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta prestise tertentu kepada konsumen.
- d) Untuk mengendalikan pasar.

2) Kemasan Pengemasan (Packaging)

merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah atau pembungkus untuk suatu produk di butik Alben Ayub Andal. Pada aspek desain, tampak muka peneliti melihat atau mengamati bahwa kemasan menggunakan desain yang simple berwarna coklat, terdapat tanda pengenal atau merek pada tengah kemasan merek “Alben Ayub Andal”. Tujuan penggunaan kemasan antara lain meliputi :

- a) Sebagai pelindung isi (*Protection*), misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar/isi, dan sebagainya.
- b) Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan (*Operating*), misalnya supaya tidak tumpah, sebagai alat pemegang, dan lain-lain.
- c) Bermanfaat dalam pemakai

3) Pemberian Label (*Labeling*)

Label berkaitan erat dengan pengemasan. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Pada aspek ini peneliti melihat atau mengamati terdapat dua jenis label yaitu label permanen dan label non permanen, terdapat label permanen merek “Alben Ayub Andal” berbentuk persegi panjang berwarna dasar hitam

dengan tulisan a a 18 berwarna merah yang terpasang dibagian leher belakang busana pesta. Terdapat non permanen merek “Alben Ayub Andal” berbentuk persegi panjang berwarna dasar hitam dan tulisan Alben Ayub Andal berwarna putih.

- 4) Layanan pelengkap Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkapnya. Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lain. Dalam aspek ini peneliti melihat atau mengamati jumlah pemesanan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal satu bulan sebanyak 20-30.

Kotler & Armstrong (2008) menyatakan ada beberapa atribut yang menyertai dan melengkapi dalam pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan pendefinisian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa. Manfaat ini dikomunikasikan dan dihantarkan oleh atribut produk seperti kualitas, fitur, serta gaya dan desain.

- 1) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana strategi utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Peneliti melihat atau mengamati kualitas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal sangat baik karena sudah melalui *quality control* yang dilakukan oleh pemilik butik Alben Ayub Andal.

- 2) Fitur Produk

Produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur. Model dasar, model tanpa tambahan apapun, merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.

Peneliti melihat atau mengamati ciri khas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal yang terletak pada penerapan hiasannya. Keistimewaan produk tersebut terletak pada desain produk yang dirancang khusus untuk satu konsumen satu desain atau tidak diproduksi dalam jumlah banyak.

- 3) Gaya dan Desain Produk

Nilai pelanggan dapat ditambah dengan cara melalui gaya dan desain produk yang berbeda. Desain adalah konsep yang lebih besar dari pada gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, Desain lebih dari sekedar kulit luar desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Peneliti melihatnya ataupun mengamati yang digunakan dalam desain produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal selalu mengikuti tren yang disesuaikan dengan keinginan konsumen.

Aspek desain struktur peneliti melihat atau mengamati bahwa dalam desain produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal ataupun sering menggunakan A-line dan H-line. Aspek desain hiasan peneliti melihat atau mengamati yang digunakan dalam desain produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berupa aplikasi brokat, pita, payet dan bordir.

Aspek warna desain produk, peneliti melihat atau mengamati penerapan warna yang digunakan dalam desain produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal mengikuti tren, kain atau bahan busana pesta disesuaikan dengan selera konsumen. Aspek penerapan warna peneliti mengamati atau melihat dalam desain produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal penerapan warna yang digunakan disesuaikan dengan karakter atau selera masing-masing konsumen yang dipadupadankan dengan selera pemilik butik Alben Ayub Andal.

2. Hasil Wawancara mengenai karakteristik produk busana pesta yang diminati konsumen di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order.

- a. Desain produk

- 1) Alben Ayub Andal selaku pemilik butik Alben Ayub Andal mengatakan ide atau gagasan dalam desain produk mengikuti tren *fashion* dan desain produk dengan *cutting* asimetris atau simetris pada bagian-bagian busana tertentu yang terlihat lebih modern dan lebih menarik. Siluet yang banyak

digunakan di butik Alben Ayub Andal adalah siluet *A-line* dan siluet *H-line*.

Mayang Sari selaku kepala produksi juga mengatakan bahwa butik Alben Ayub Andal menghasilkan produk-produk melalui desain produk dengan ide atau gagasan yang selalu mengikuti tren *fashion*. busana pesta disesuaikan bentuk tubuh konsumen sedangkan untuk busana pesta muslim desain sedikit mengikuti bentuk tubuh tetapi tidak terlalu menonjolkan bentuk tubuh atau ketat. Tidak hanya siluet *A-line* yang digunakannya, karena penyesuaian dengan keinginan dari konsumen juga dapat menghasilkan siluet *H-line* pada busana pesta di butik Alben Ayub Andal busana pesta disesuaikan bentuk tubuh konsumen sedangkan untuk busana pesta muslim desain sedikit mengikuti bentuk tubuh tetapi tidak terlalu menonjolkan bentuk tubuh atau ketat.

Sedangkan pendapat dari Amanu Farina Visnar selaku pemotong kain di butik Alben Ayub Andal mendukung semua informasi diatas bahwa busana pesta yang diproduksi mengikuti tren *fashion* dan disesuaikan dengan keinginan masing-masing konsumen sehingga memunculkan desain produk dengan *cutting* (Asimetris atau simetris) pada bagian-bagian tertentu pada busana pesta.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa produk busana pesta yang diproduksi mengikuti tren *fashion* dan disesuaikan dengan keinginan masing-masing konsumen sehingga memunculkan desain produk dengan *cutting* asimetris atau simetris pada bagian-bagian busana tertentu namun tetap mengikuti Tren *fashion*. Tren *fashion* tersebut kemudian dikembangkan dengan ide atau gagasan yang dimiliki bapak Alben Ayub Andal sehingga menciptakan produk-produk busana pesta yang selalu terbaru. Hasil ini didukung oleh pendapat Kopler (2009,324) yang mengatakan bahwa, proses perkembangan produk ditandai dengan pemunculan gagasan (*idea generation*), penyaringan gagasan (*idea screening*), pengembangan dan pengujiannya konsep (*concept development and testing*) pengembangan strategi pemasaran (*marketing strategy development*), analisis bisnis (*business analysis*),

pengembangan produk (*product development*) pengujian pasar (*market testing*), dan komersialisasi (*commercialization*).

2) Penerapan warna apada desain produk.

Penerapan warna setelah mewawancarai desainer sekaligus pemilik butik yaitu bapak Alben Ayub Andal bahwa dalam desain produk busana pesta yang digunakan di butik Alben Ayub Andal adalah warna yang disesuaikan dengan tren warna dan keinginan konsumen. Tren warna disesuaikan dengan keinginan dan karakter konsumen di butik Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksi juga mengatakan bahwa dalam desain produk busana pesta yang digunakan di butik Alben Ayub Andal adalah warna yang disesuaikan dengan tren warna dan keinginan konsumen, jika keinginan dan karakter konsumen menyukai warna-warna yang mencolok maka warna yang ditawarkan adalah warna merah, hijau, kuning, biru dan lain-lain. Konsumen yang menyukai warna *soft* dan dapat memilihnya menggunakan warna yang sesuai dan menimbulkan kesan feminim seperti warna *pink* yang terdapat di tren warna.

Ika Rahayu Setyowati selaku penyelesaian busana megatakan bahwa dalam desain produk busana pesta yang digunakan di butik Alben Ayub Andal adalah warna yang disesuaikan dengan tren warna dan keinginan konsumen. Warna payet dan manik-manik juga disesuaikan warna yang senada dengan warnabusana pesta yang dipesankonsuemn di butik Alben Ayub Andal.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan Warna dalam desain produk dapat mengungkapkan suasana perasaan. Penerapan warna dalam desain produk dan desain hiasan tergantung pada tren warna tetapi tetap memikirkan selera konsumen. Hal ini ditinjau berdasarkan ungkapan pengertian warna menurut, Ernawati (2008:205) bahwa, warna merupakan unsur desain yang paling menonjol dan didapat mengungkapkan suasana, perasaan atau watak pada benda yang dirancang.

3) Penggunaan desain hiasan dalam desain produk

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa desain hiasan yang digunakan adalah aplikasi brokat, payet, border dan pita ditambah dengan payet untuk menambah kesan mewah

Mayang Sari selaku kepala produksi juga mengatakan bahwa penggunaan desain hiasan produk tersebut disesuaikan dengan desain produk dan keinginan konsumen. Desain produk busana pestanya menggunakan desain hiasan aplikasi brokat dan pita, yang dibentuk bunga dan terkesan timbul atau tiga dimensi ditambah dengan payet untuk menambah kesan mewah.

Ika Rahayou Setyowati selaku bagian payet setelah diwawancara mengatakan bahwa desain hiasan yang digunakan oleh bapak Alben Ayub Andal yaitu selalu menggunakan payet dan manik-manik yang senada dengan warna busana pesta yang menambah busana pesta terkesan mewah dan elegan.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan warna dalam desain produk dapat mengungkap-kan suasana perasaan. Penerapan warna dalam desain produk dan desain hiasan tergantung pada tren warna tetapi tetap memikirkan selera konsumen. Hal ini ditinjau berdasarkan ungkapan pengertian warna menurut, Ernawati (2008:205) bahwa, warna merupakan unsur desain yang paling menonjol dan yang dapat mengungkapkan suasana, perasaan atau watak pada benda yang dirancangnya.

4) Kesesuaian bahan dengan desain produk.

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa bahan busana pesta disesuaikan berdasarkan desain produk busana pesta. Bahan busana pestanya menggunakan bahan bermutu tinggi yang selalu mengutamakan kenyamanan, keindahan dan kesesuaian antara bahan dan desain produk.

Mayang Sari selaku kepala produksi juga mengatakan bahwa kesesuaian antara bahan dan desain produk selalu diperhatikan karena penerapan bahan akan mempengaruhi hasil jadi busana pesta yang diinginkan. Karakteristik bahan busana pesta disesuaikan dengan desain hiasan

sehingga hasil busana sesuai dengan yang diinginkan.

Amaru Farina Visnar bagian meotong kain menjelaskan untuk busana pesta yang mela-ngsai seperti *drapery* dan lain-lain menggunakan teksturnya bahan yang seperti satin, *shifon*, dan tile. Desain produk yang sedikit terkesan kaku menggunakan tekstur bahan seperti kain *jaquar*, *ducces* dan lain-lain.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahan busana pestanya menggunakan bahan bermutu tinggi yang selalu mengutamakan Kenyamanan, keindahan dan kesesuaian antara bahan dan desain produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Yuliarma, (2016:60), yang menyatakan bahwa kualitas bahan atau kain sebelum dipakai harus melalui proses pengecekan untuk menentukan kualitas bahan atau kain.

b. Fitur produk

- 1) Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa desain hiasan dan perpaduan warna desain produk dengan desain hiasan yang memberi kesan pemakai terlihat lebih anggun dan glamor. Personal order produknya mempunyai ciri khas desain hiasan yang menggunakan aplikasi brokat, penerapan pita dan penambahan payet, mutiara dan permata.

Mayang Sari selaku kepala produksi juga mengatakan bahwa Ciri khas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berdasarkan Personal order produknya mempunyai ciri khas desain hiasan yang menggunakan aplikasi brokat, penerapan pita dan penambahan payet, mutiara dan permata. Perpaduan warna yang diterapkan berdasarkan keinginan konsumen disesuaikan dengan karakter konsumen masing-masing dan senada dengan warna busana pesta.

Ika Rahayu Setyowati sebagai payet dan penyelesaian di butik Alben Ayub Andal terletak pada Perpaduan warna yang diterapkan berda-sarkan keinginan konsumen disesuaikan dengan karakter konsumen masing-masing, untuk kon-sumen yang menyukai warna-warna mencolok desain produk yang digunakan seperti warna merah, dipadu padankan dengan

desain hiasan payet batang, payet bambo dan mutiara berwarna merah.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan ciri khas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terletak pada penggunaan desain hiasan dan penerapan warna sehingga dapat menimbulkan kesan elegan dan glamor. Keistimewaan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terdapat pada desain produk dengan ide atau gagasan yang selalu mengikuti tren, satu desain produk untuk satu konsumen tidak diproduksi dalam jumlah banyak.

Hal ini sependapat dengan Oliver (2010:480), fitur produk berperan penting dalam penciptaan kepuasan konsumen dan fitur produk menciptakan nilai pada produknya.

2) Keistimewaan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal.

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa menjelaskan bahwa keistimewaan produk-produk busana pestanya terletak pada desain produk yang memberikan desain berbeda dari satu konsumen dengan konsumen lainnya karena satu desain produk untuk satu konsumen.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa keistimewaan produk-produk busana pestanya terletak pada desain produk satu desain untuk satu konsumen. Produk busana pesta berdasarkan personal order berbeda dengan produk konfeksi atau produksi massal.

Fitrah Zuliatin sebagai pemotog kain menjelaskan bahwa Produk busana pesta berdasarkan personal order mulai dari teknik jahit berbeda dengan produk konfeksi atau produksi massal. Teknik jahit di butik Alben Ayub Andal telah melalui quality control oleh bapak Alben Ayub Andal.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan keistimewaan produk-produk busana pestanya terletak pada desain produk yang memberikan desain berbeda dari satu konsumen dengan konsumen lainnya karena satu desain produk untuk satu konsumen. Teknik jahit di butik Alben Ayub Andal telah melalui quality

control oleh bapak Alben Ayub Andal. Keistimewaan yang lain yaitu kesesuaian penggunaan desain hiasan terhadap desain produk. Hal ini sependapat dengan Ratnadi, Erlan Suprianto (2016:355) keistimewaan dan kualitas didapat melalui yang menyatakan bahwa pengendalian kualitas terhadap bahan baku, pengendalian pada saat proses produksi dan pengendalian kualitas terhadap produk jadi..

c. Kualitas produk.

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa kualitas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal mulai dari pemilihan bahan yang berkualitas teknik jahit yang benar dan sesuai prosedur yang ada.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa kualitas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terlihat dari proses *quality control* yang dilakukan oleh bapak Alben Ayub Andal dan untuk perawatannya disarankan menggunakan cara dryclean.

Fitrah Zuliatin sebagai pemotog kain menjelaskan bahwa Produk busana pesta berdasarkan personal order mulai dari teknik jahit yang benar dan sesuai prosedur yang ada. Teknik jahit di butik Alben Ayub Andal telah melalui quality control oleh bapak Alben Ayub Andal.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan Kualitas produk yang terdapat pada produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal dapat dilihat berdasarkan bahan, desain hiasan, warna dan sejauh mana kinerja dalam memenuhi standar-standar system kendali yang telah ditetapkan. Keandalan mencegah kemungkinan kecil terjadinya kerusakan pada desain hiasan atau tekstur bahan sehingga untuk mempertahankan mutu produk sebelum sampai ke tangan konsumen harus melalui *quality control* oleh bapak Alben Ayub Andal. Kesesuaian produk busana pesta sudah memenuhi keinginan konsumen mulai dari desain produk, desain hiasan, warna dan bahan. Hal ini sejalan dengan pendapat Poespo sanny (2003:10), Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas busana pesta mulai dari desain dikerjakan secara eksklusif lain dari yang lain dan menarik perhatian. Jenis bahan, warna, corak, dan tekstur yang dipilih sesuai desain serta tujuan dalam pemakaian busana. Poespo sanny (2003:10).

d. Merek.

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa Produk busana pesta yang memiliki merek akan jauh lebih dipercaya dari pada produk yang tidak memiliki merek. Butik Alben Ayub Andal telah membuktikan dengan memiliki merek membuat konsumen setia pada produk busana pestanya yang mempunyai kualitas. Produk busana pesta butik Alben Ayub Andal dikenal konsumen dari mulut kemulut dan peragaan busana dan pameran yang sering diadakan oleh bapak Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa merek merupakan identitas suatu produk busana pesta, yang dapat membedakan produk busana pesta dengan produk lain yang sejenis dan merek membuat konsumen setia pada produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal.

Ika Rahayu Setyowati bagaikan penyelesaian busana pesta menjelaskan bahwa merek dapat memberikan jaminan kualitas suatu produk busana pesta salah satunya produk busana pesta yang dimiliki butik Alben Ayub Andal, *quality control* yang dilakukan oleh bapak Alben Ayub Andal sebelum produk busana pesta sampai ditangan konsumen memberikan jaminan kualitas pada produk busana pestanya. Konsumen yang kurang puas dengan hasil produk busana pesta butik Alben Ayub Andal dapat melakukan permak mulai dari ukuran atau desain hiasan yang tidak dipungut biaya.

Berdasarkan dihasil dari semua informasinya penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan merek di Alben Ayub Andal merupakan nama pemilik di butik Alben Ayub Andal yang disesain untuk mengiden-tifikasi sebuah produknya. Merek Alben Ayub Andal yang sudah diketahui oleh konsumennya dan melalui pameran atau diperagaan busana yang diadakan oleh pemilik butik Alben Ayub Andal. Berdasarkan hal tersebut butik Alben Ayub Andal dapat menimbulkan kepercayaan terhadap konsumennya sehingga menciptakan kesetiaan konsumennya melakukan personal order ataupun kesetiaan dalam menggunakan produk busana pesta. Hal ini sejalan dengan pendapat Alma (2007:147) mengenai merek merupakan suatu tanda atau symbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasanya tertentu yang didapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya.

e. Kemasan

Alben Ayub Andal sebagai desainernya sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa men-jaga kualitas produk sangat penting diantaranya dapat dijaga melalui kemasan, kemasan didesain praktis, mudah dibawa yang disesuaikan dengan fungsinya. Ika Rahayu Setyowati bagaikan penye-lesaian busana pesta menjelaskan bahwa bentuk dan ukuran disesuaikan dengan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksinya menjelaskan bahwa kemasan untuk mempermu-dah promosi seperti yang sudah dijelaskan oleh Ika Rahayu Setyowati bagian penyelesaian bahwa bapak Alben Ayub Andal mendesain kemasannya disertai identitas alamat dan nomer telepon salah satu tujuan untuk mempermudahnya dipromosi kepada konsumennya mengenai produk-produk busana pestanya.

Ika Rahayu Setyowati sebagai penyele-saian busana pestanya menjelaskan bahwa daya tarik kemasannya yang dibuat bapak Alben Ayub Andal memiliki desain yang simple dan mudah dibawa sehingga membuat daya tarik tersendiri bagi konsumennya, membuat konsumen mudah untuk membawa kemasan tersebut.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkannya kemasan yang digunakan pada produk busana pesta butik Alben Ayub Andal merupakan sebuah wadah atau pembungkus untuk produk busana pesta. Kemasan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order atau pun berdasarkan system produksi tersedia 2 macam. Produk busana pesta menggunakan ke-masan atau pembungkus berupa tas jinjing yang digunakan untuk melindungi diproduk busana pesta dan berupa *paper bag* atau tas jinjing yang berukurannya lebih besar dari dikemasan yang digunakan untuk melindungi produk busananya casual (blus, baju anak-anak, dll) hal ini bersangkutan dengan pendapat Angipora (2003:151) yang menyatakan bahwa kemasannya adalah seluruh kegiatan merancang dan memproduksi pembungkus suatu produk yang sangat diperlukan untuk melindungi produknya, dan sebagai sasaran yang memberikan kemudahan penggunaan produknya dan kemasan dapat menjadi daya tarik tersendiri sehingga sekaligus dapat menjadi media promosi.

f. Label

Alben Ayub Andal sebagai desainernya sekaligus pemilik butik

mengatakan bahwa label pada produk busana pesta menggunakan dua jenis dilabel yaitu label yang permanen dan non permanen. Label permanen dan non permanen ti-dak terdapat informasi untuk perawatan produk busana pesta karena diperawatan produk busana pesta disampaikan langsung oleh bapak Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksinya menjelaskan bahwa dilabel pada produk busana pesta menggunakan dua jenis label yaitu labelnya permanen dan labelnya non permanen. Label permanen terbuat dari bahan kainnya dan label non permanen terbuat dari bahan kertas.

Ika Rahayu Setyowati sebagai penasejahteraan busana pesta menjelaskan bahwa label pada produk busana pesta menggunakan dua jenis label yaitu labelnya permanen dan non permanen. Label permanen dijahit dilingkar leher dibagian belakangnya untuk label non permanen diterapkan dilingkar leher bagian belakang.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan label di butiknya Alben Ayub Andal adalah jenis label permanen dan non permanen yang digunakan pada produk busana pesta Alben Ayub Andal berdasarkan personal ordernya atau berdasarkan produksi. Label non permanen sering juga disebut *hantag* diletakkan menggantung pada produknya busana biasanya diletakkan dan dipasang lingkaran leher belakang busana pesta. Hal ini ditinjau dari pendapat Kotler, (2000:419) bahwa label bisa juga merupakan tanda pengenalnya yang dicantumkan pada suatu produk tertentu.

3. Hasil wawancara mengenai karakteristik produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal.

a. Desain produk.

1) Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butiknya mengatakan bahwa ide atau gagasan desain produknya mengikuti tren *fashion*. Produk-produk busana pesta dihasilkan dari ide atau gagasan yang selalu mengikuti perkembangan tren *fashion*, sama halnya dengan personal order tren *fashion* busana pesta diangkat dari sulam usus yang dimodifikasi dengan tren *fashion*.

Mayang Sari selaku kepala produksinya menjelaskan bahwa sistem produksi menunjukkan perkembangan sebuah produk dapat dilihat dari munculnya ide gagasannya yang selalu

mengikuti tren *fashion* tahun 2018-2019, maka desain produk identik dengan siluet *H-line, A-Line, one piece*.

Amanu Farina Visnar selaku pemotong kain menjelaskan bahwa di butik Alben Ayub Andal dengan menggunakan *cutting* asimetris pada bagian-bagian busana tertentu namun tetap mengikuti Tren *fashion*. Tren *fashion* tersebut dan kemudian dikembangkan dengan ide atau gagasan yang dimiliki bapak Alben Ayub Andal

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan sistem produksi menunjukkan perkembangan sebuah produk dilihat dari munculnya ide gagasan yang selalu mengikuti tren *fashion* tahun 2018-2019 maka desain produk identik dengan siluet *H-line, A-Line, one piece*. Menggunakan *cutting* asimetris pada bagian-bagian busana tertentu namun tetap mengikuti Tren *fashion*. Tren *fashion* tersebut kemudian dikembangkan dengan ide atau gagasan yang dimiliki bapak Alben Ayub Andal sehingga menciptakan produk-produk busana pesta yang selalu terbaru dan siap dipasarkan.

Hasil ini didukung oleh pendapat Kopley (2009:324) yang mengatakannya bahwa, prosesnya perkembangan produk ditandai dengan pemunculan gagasan (*idea generation*), penyaringan gagasan (*idea screening*), pengembangan dan pengujian konsep (*concept development and testing*) pengembangan strategi pemasaran (*marketing strategy development*), analisis bisnis (*business analysis*), pengembangan produk (*product development*) pengujian pasar (*market testing*), dan komersialisasi (*commercialization*).

3) Penerapan warna pada desain produk Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa sama halnya dengan personal order penerapan warna pada desain produk busana pesta yang diterapkan oleh bapak Alben Ayub Andal berdasarkan tren warna yang dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya jual.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa sistem produksi penerapan warna pada desain produk busana pesta yang diterapkan oleh bapak Alben Ayub Andal berdasarkan tren warna dan warna

busana pesta disesuaikan kesempatan acara atau sasaran untuk perayaan misalnya untuk lebaran, tahun baru dan lain-lain.

Amanu Farina Visnar selaku pemotong kain menjelaskan bahwa di butik Alben Ayub Andal berdasarkan produksi warna busana pesta ada tiga sampai empat macam busana yang modelnya sama tetapi warnanya berbeda.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan dalam desain produk dapat mengungkapkan suasana perasaan. Penerapan warna desain produk dengan desain hiasan berdasarkan sistem produksi tergantung pada tren warna dan tetap memikirkan selera konsumen. Hal ini ditinjau berdasarkan ungkapan pengertian warna menurut, Ernawati (2008:207) bahwa, warna merupakan unsur desain yang paling menonjol dan dapat mengungkapkan suasana, perasaan atau watak pada benda yang dirancang.

4) Penggunaan desain hias pada desain produk

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa penggunaan desain hiasan berbagai macam hiasan seperti aplikasi brokat, pita, border dan payet dipadu padankan sesuai dengan keinginan Alben Ayub Andal yang disesuaikan dengan tren.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa sistem produksi desain hiasan pada produk busana pesta identik motif-motif flora dengan kesan timbul atau tiga dimensi dan ditambah dengan payet pada bagian-bagian busana tertentu tidak hanya payet desain hiasan juga ada berbagai macam hiasan seperti aplikasi brokat, pita dan border.

Ika Rahayu Setyowati bagaikan payet, menjelaskan berdasarkan sistem produksi yang digunakan pada desain produk busana pesta dari berbagai macam hiasan seperti aplikasi brokat, pita, border dan payet dipadu padankan sesuai dengan keinginan Alben Ayub Andal. Desain hiasan pada produk busana pesta identik motif-motif flora dengan kesan timbul atau tiga dimensi dan ditambah dengan payet pada bagian-bagian busana tertentu.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka

dapat disimpulkan desain hiasan berdasarkan sistem produksi dipadukan sesuai dengan selera bapak Alben Ayub Andal dan tetapi tetap memikirkan selera konsumen agar dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Arifah A.Riyanto (2003:88) yang menyatakan bahwa desain hiasan adalah suatu desain yang dibuat untuk memperindah desain struktur baik sebagai hiasan maupun mempunyai fungsi ganda.

5) Penerapan warna desain dengan produk desain hiasan

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa Penerapan warna dengan produk berdasarkan sistem produksi selain ditinjau pada desain produk juga dipadukan dengan keinginan dan pengetahuan bapak Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksi juga menjelaskan bahwa sistem produksi warna busana pesta disesuaikan dengan tren atau kesempatan acara dengan keinginan dan pengetahuan bapak Alben Ayub Andal.

Ika Rahayu Setyowati bagaikan payet, menjelaskan berdasarkan sistem produksi Penerapan warna desain produk dengan desain hiasan berdasarkan sistem produksi tergantung pada tren warna, kesempatan acara busana pesta dan tetap memikirkan selera konsumen.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan warna dalam desain produk dapat mengungkapkan suasana perasaan. Penerapan warna desain produk dengan desain hiasan berdasarkan sistem produksi tergantung pada tren warna dan tetap memikirkan selera konsumen. Hal ini ditinjau berdasarkan ungkapan pengertian warna menurut, Ernawati (2008:207) bahwa, warna merupakan unsur desain yang paling menonjol dan dapat mengungkapkan suasana, perasaan atau watak pada benda yang dirancang.

6) Kesesuaian bahan dengan desain produk

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi juga harus menyesuaikan bahan dengan desain produk yang sudah direncanakan, jika desain produk melangsai seperti *drapery* dan lain-lain

maka tekstur bahan yang digunakan seperti tile, sifon dan satin tetapi jika desain produk sedikit kaku.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa berdasarkan system produksi juga harus menyesuaikan bahan dengan desain produk yang sudah direncanakan, bahan yang yang dibutuhkan harus disesuaikan dengan desain produksi supaya hasil busana pesta sesuai dengan yang diinginkan.

Amanu Frina Visnar selaku pemotong kain, juga menjelaskan berdasarkan system produksi jika desain produk melangsai seperti *drapery* dan lain-lain maka tekstur bahan yang digunakan seperti tile, sifon dan satin tetapi jika desain produk sedikit kaku maka bahan yang digunakan adalah kain-kain seperti *jaguar*, *duchcess* dan lain-lain.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan berdasarkan system produksi jika desain produk melangsai seperti *drapery* dan lain-lain maka tekstur bahan yang digunakan seperti tile, sifon dan satin tetapi jika desain produk sedikit kaku maka bahan yang digunakan adalah kain-kain seperti *jaguar*, *duchcess* dan lain-lain. Desain produk berdasarkan sistem produksi dihasilkan dalam waktu-waktu tertentu seperti saat perayaan hari lebaran, pameran dan peragaan busana.

b. Filtur produk

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi ciri khas produk busana pesta butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order dan berdasarkan system produksi memiliki kesamaan. Ciri khas yang sudah dijelaskan oleh bapak Alben Ayub Andal dan Ika Rahayu Setyowati sebagai payet dan penyelesaian, Ciri khas tersebut terletak pada desain hiasan serta penggunaan perpaduan warna antara desain produk dengan hiasan yang menimbulkan kesan elegan.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa berdasarkan system produksi desain hiasan yang digunakan dapat lebih bervariasi, sama halnya dengan pemilihan warna untuk di padukan antara desain produk dengan desain hiasan disesuaikan dengan keinginan dan pengetahuan bapak Alben Ayub Andal tetapi masih mempertimbangkan selera

konsumen supaya produk-produknya dapat terjual.

Fitrah Zuliatin sebagai penjahit menjelaskan berdasarkan sistem produksi keistimewaan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal. Produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal baik berdasarkan personal order atau berdasarkan system produksi mempunyai keistimewaan yang terletak pada desain produk.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan fitur produk dapat membedakan produk di butik Alben Ayub Andal dengan produk pesaing. Ciri khas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terletak pada penggunaan desain hiasan dan penerapan warna sehingga dapat menimbulkan kesan elegan dan glamor. Keistimewaan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terdapat pada desain produk dengan ide atau gagasan yang selalu mengikuti tren, salah satu desain produk untuk satu konsumen tidak diproduksi dalam jumlah banyak. Hal ini sependapat dengan Kotler dan Armstrong (2004: 349) yang menyatakan bahwa fitur produk adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Fitur produk identic dengan sifat dan sesuatu yang unik, khas dan istimewa yang tidak dimiliki oleh produk lainnya.

c. Kualitas produk

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi diberi perlakuan yang sama dengan personal order disesuaikan dengan setandar kualitas jahitan di butik Alben Ayub Andal.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa berdasarkan sistem produksi kualitas busana pesta di butik Alben Ayub Andal sama halnya dengan personal order didapatkan melalui proses *quality control* yang dilakukan oleh bapak Alben Ayub Andal.

Fitrah Zuliatin sebagai penjahit menjelaskan berdasarkan sistem produksi Keandalan mencegah kemungkinan kecil terjadinya kerusakan pada jahitan atau tekstur bahannya dan sehingga untuk mempertahankan mutu produk sebelum sampai ke tangan konsumen harus melalui *quality control* oleh bapak Alben Ayub Andal.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan kualitas produk yang terdapat pada produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal dapat dilihat berdasarkan sejauh mana

kinerja dalam memenuhi standar-standar system kendali yang telah ditetapkan. Keistimewaan yang lain yaitu kesesuaian penggunaan desain hiasan terhadap desain produk. Keandalan mencegah kemungkinan kecil terjadinya kerusakan pada desain hiasan atau tekstur bahan sehingga untuk mempertahankan mutu produk sebelum sampai ke tangan konsumen harus melalui *quality control* oleh bapak Alben Ayub Andal. Kesesuaian produk busana pesta sudah memenuhi keinginan konsumen mulai dari desain produk, desain hisan, warna dan bahan. Hal ini sejalan dengan pendapat Poespo sanny (2003:10), Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas busana pesta mulai dari desain dikerjakan secara eksklusif lain dari yang lain dan menarik. Jenis bahan, warna, corak, dan tekstur yang dipilih sesuai desain serta tujuan dalam pemakaian busana.

d. Merek

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi merek membuat kesetiaan konsumen terhadap produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal. Merek Alben Ayub Andal membuat konsumen setia untuk menggunakan produk busana pesta berdasarkan system produksi dan personal order. Konsumen mengetahui merek Alben Ayub Andal dari prestasi yang sudah diperoleh bapak Alben Ayub Andal untuk menghasilkan produk-produk busana pesta yang diketahui masyarakat luas melalui mulut ke mulut, peragaan dan pameran yang sering diadakan.

Mayang Sari selaku kepala produksinya juga menjelaskan bahwa berdasarkan system produksi merek memberikan jaminan kualitas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal. Merek Ayub Andal untuk menghasilkan produk-produk busana pesta yang dikenal konsumen mulai dari mulut ke mulut, peragaan dan pameran yang sering diadakan.

Ika Rahayu Setyowati sebagai penye-lesaian busana pesta menjelaskan berdasarkan sistem produksi merek juga dapat memberikan jaminan kualitas pada produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal jaminan kualitas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berdasarkan system produksi dan personal order melalui proses *quality control* yang dilakukan langsung oleh bapak Alben Ayub Andal untuk mengetahui ketepatan ukuran kesesuaian desain produksi dan desain hiasan sebelum produk busana sampai hasil

busana yang sudah siap diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan merek Alben Ayub Andal merupakan nama pemilik butik Alben Ayub Andal yang disesain untuk mengidentifikasi sebuah produk. Merek Alben Ayub Andal yang sudah diketahui oleh konsumen melalui pameran atau peragaan busana yang diadakan oleh pemilik butik Alben Ayub Andal. Berdasarkan hal tersebut butik Alben Ayub Andal dapat menimbulkan kepercayaan terhadap konsumen sehingga menciptakan kesetiaan konsumen dalam menggunakan produk busana pesta. Hal ini sejalan dengan pendapat (A.B Susanto & Himawan Wijanarko, 2004: 132). mengenai merek Merek yang kuat dapat menarik konsumen untuk menggunakannya sebagai faktor penentu dalam pemilihan keputusan pembelian, sedangkan syarat yang kuat adalah citra merek (brand image). Citra merek merupakan interpretasi akumulasi berbagai informasi yang diterima konsumen. Yang menginterpretasikan adalah konsumen dan yang diinterpretasikan adalah informasi. Hasil interpresentasi bergantung pada dua hal. Pertama, bagaimana konsumen melakukan interpresentasi dan kedua, informasi apa yang diinterpretasikan.

e. Kemasan

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi desain kemasan praktis. Kualitas produk busana pesta dapat ditinjau dari kemasan, kemasan didesain sepraktis mungkin dengan menyesuaikan fungsinya, kemasan di butik Alben Ayub Andal mempunyai satu jenis kemasan yaitu berbentuk tas dengan ukuran panjang 80cm dan lebar 50cm. Desain yang simple memberi kesan praktis dan mudah dibawah konsumen.

Mayang Sari selaku kepala produksi menje-laskan bahwa berdasarkan system produksi Kemasan mempermudah proses promosi. Kemasan di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order dan sistem produksi disertai identitas alamat dan nomer telepon yang merupakan salah satu cara untuk mempermudah dalam promosi mengenai produk-produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal.

Ika Rahayu Setyowati sebagai penyelesaian busana pesta menjelaskan berdasarkan sistem produksi. Kemasan dibuat untuk produk personal ordel dan sisitem produksi didesain simple dan berbeda dengan kemasan produk-produk

pada umumnya. Dengan desain yang simple dan praktis memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan kemasan yang digunakan pada produk busana pesta butik Alben Ayub Andal merupakan sebuah wadah atau pembungkus untuk produk busana pesta. Kemasan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal order atau pun berdasarkan sistem produksi tersedia 2 macam. Produk busana produk busana *casual* (blus, baju anak-anak, dll).

Kemasan atau pembungkus berupa tas jinjing yang digunakan untuk melindungi produk busana pesta dan berupa *paper bag* atau tas jinjing yang berukuran lebih kecil dari kemasan yang digunakan untuk melindungi busana pesta, hal ini bersangkutan dengan pendapat Menurut Julianti dan Nurminah (2006), Kemasan dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa hal atau beberapa cara yaitu sebagai frekwensi pemakaian.

f. Label

Alben Ayub Andal sebagai desainer sekaligus pemilik butik mengatakan bahwa berdasarkan sistem produksi label untuk menginformasikan perawatan produk busana pesta. Produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal berdasarkan produk personal order dan sisitem produksi menggunakan dua jenis label yaitu label permanen dan label non permanen.

Mayang Sari selaku kepala produksi menjelaskan bahwa berdasarkan system produksi label Alben Ayub Andal tidak memberikan keterangan informasi mengenai perawatan produk karena informasi pera-watan produk busana pesta disampaikan langsung oleh bapak Alben Ayub Andal kepada konsumen.

Ika Rahayu Setyowati sebagai penyelesaian busana pesta menjelaskan berdasarkan sistem produ-ksi label pada produk busana pesta menggunakan dua jenis label yaitu label permanen dan non permanen. Label pemanen dijahit dilingkar leher bagian belakang untuk label non permanen diterpakan dilingkar leher bagian belakang.

Berdasarkan hasil dari semua informasi penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan label di butik Alben Ayub Andal adalah jenis label non per-manen yang digunakan pada produk busana pesta Alben Ayub Andal berdasarkan personal order atau berdasarkan produksi. Lebel non permanen sering juga disebut *hantag* diletakkan menggantung pada prduk busana

biasanya diletakkan di kerah belakang busana pesta. Hal ini ditinjau dari pendapat Kotler (2000:419) bahwa label bisa juga merupakan tanda pengenal yang dicantumkan pada prduduk.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Karakteristik produk busana pestanya yang diminati konsumen di butik Alben Ayub Andal berdasarkan, personal order.

Ditinjau dari data konsumen di butik Alben Ayub Andal berdasarkan personal ordernya, dikarakteristik produk busana pestanya yang diminati konsumen ter-letak pada :

- a. Desain produk

ide atau gagasan yang dimiliki bapak Alben Ayub Andal yang selalu mengikuti tran *fashion* sehingga menciptakan produk-produk busana pesta yang selalu terbaru dan lebih seringnya menggunakan desain hiasan aplikasi brokat, pita, dan payet yang berbentuk flora dan menimbulkan kesan timbul atau tiga dimensi. Perpaduan warna antara desain produknya tergantung pada ditren warnanya dan karakteristik konsumen sehingga produk busana pesta terkesan lebih elegan, feminim dan glamor.

- b. Fitur produk

Berdasarkan personal order, ciri khas produknya busana pesta di butik Alben Ayub Andal terletak pada penggunaan didesain hiasan dan penerapan warnanya sehingga dapat menimbulkan kesannya dielegan atau feminim dan glamor. Keistimewaan produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terdapat pada desain produknya dengan ide atau gagasan yang selalu mengikuti tren, satu didesain produksi untuk satu konsumen tidak diproduksi dalam jumlah banyak.

2. Karakteristik produk busana pestanya yang diminati konsumen di butik Alben Ayub Andal berdasarkan sistem produksi.

Berdasarkan sistem produksi di butik Alben Ayub Andal, karakteristik diproduk busana pestanya yang diminati konsumen terletak pada :

- a. Desain produk berdasarkan sistem produksinya dihasilkan di dalam waktu-waktu tertentu seperti saat perayaan hari lebaran, pameran dan perag-gaan busananya. ide atau gagasan yang dimiliki bapak Alben Ayub Andal yang mengikuti, ditran *fashion* sehingga menciptakan produk-produknya busana pesta yang selalu terbaru dan lebih sering menggunakan desain hiasan aplikasi brokat, pita, dan payet yang berbentuk flora dan

menimbulkan kesan timbul atau tiga dimensinya. Perpaduan warna antara desain produk tergantung pada tren warna sehingga produk busana pestanya terkesan lebih elegan, feminim dan glamor.

b. Fitur produk

Berdasarkan sistem produksinya ciri khas produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terletak pada penggunaan desain hiasan dan penerapan warnanya sehingga didapat menimbulkan kesan elegan atau feminim dan glamor. Keistimewaan di produk busana pesta di butik Alben Ayub Andal terdapat pada desain produknya dengan ide atau gagasan yang selalu mengikuti trend, melihat dari kebutuhannya pasar dan tidak diproduksi dalam secara masal.

Saran

1. Bagi pemimpin butik Alben Ayub Andal.

Berdasarkan hasil penelitiannya dan kesimpulan mengenai karakteristik busana pesta, di butik Alben Ayub Andal diharapkan menggunakan perencanaan waktu yang baik supaya penyelesaian dibusana pesta sesuai dengan waktu pengambilan busana pesta yang sudah disepakati dengan konsumen.

2. Bagi pembaca.

Peneliti yang ingin mengadakan penelitian di butik Alben Ayub Andal diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini berkaitan dengan judul penelitian ini yaitu, FaKtor-Faktor Kualitas Busana Pesta Yang Me-nimbulkan Kecenderungan Minat Konsumen Di butik Alben Ayub Andal.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Rachman Husein. 2009. *Seven motivations of Islamic business*. Jakarta: PT. Elex media computindo

Adi Haryadi. 2005. *Kiat Membuat Promosi Penjualan secara Efektif dan Terencana*. Jakarta: PT. Elex media computindo

Arifah A. Riyanto. 2003. *Desain Busana*. Yapemdo, Bandung.

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. PT. Rine- ka Cipta.

Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafinda Persada.

Baut. 2011. *Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Sedap di Kota Surakarta*.

Bayu. 2007. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Kebab Turki Baba Rafi di Yogyakarta*.

bilson Simamora. 2001. *Aura Merek*. Gramedia pustaka utama.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Chodijah dan Mandy, Wasri A. 2008. *Pengetahuan Busana II*. Jakarta: Pendidikan dan Kebudayaan.

Cornelisz, S. 2009. *Analisa faktor Penyebab Perpindahan Merek (Branswitching) Konsumen pasta gigi pepsodent di Manado*. Adiwidia Edisi Juli 2009, No. 2.

D'Souza. 2006. *Green Products and Corporate II Strategy: An Empirical Investigation*

Fajar Laksana. 2008. *Manajemen pemasaran pendekatan praktis*. Yogyakarta. Graha Ilmu

Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Fitrihana, Noor. 2011. *Memilih Bahan Busana*. Yogyakarta: Intan Sejati

Freddy Rangkuti. 2002. *The Power of Brands*. Gramedia pustaka utama.

Frans M. Royan. 2007. *Smart Louching new product*. Jakarta: PT. Elex media computindo

Goet puspo. 2013. *A to Z istilah fashion*. Gramedia pustaka utama.

Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Husein Umar. 2000. *Business An Introduction*. Jakarta: PT. Gramedia pustaka utama

Jacita Harsi Laksini. 2012. *Sulam Payet India*. DeMedia.

Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006. *Teknologi.Pengemasan*. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas pertanian, Universitas Sumatera.

J. Supranto. 2007. *Statistik untuk Pemimpin Berwawasan Global*. Salemba Empat.

Kenshi Poneva Yulindo. 2013. *Pengaruh Atribut- Atribut Produk Terhadap Pembelian Gren Product Cosmetics Sariayu Martha Tilaar Di Kota Padang*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Kotler dan amstrong. 2008. *Prinsip- prinsip pemasaran*, Jilid Satu. Erlangga, Jakarta.

Kotler , Philip, 2000, *Marketing Management*, The Millennium Edition, Prentice Hall International, Inc., New Jersey.

Kotler, Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Prehallindo: Jakarta

Kotler, Philip. 2003. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi II*, PT. Pabelan Surakarta

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua belas. PT Indeks.

Marc Gobe. 2001. *Citizen Brand*, PT Glora Aksara Pratama.

Mike, Southon. 2005. *Menjadi Pengusaha*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama.

Moleong, Lexy. 2011. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Nuvailia. 2013. *Profesional Hijab Stylist*. Gramedia pustaka utama.
- Novi indah Astari. 2015. *Brokat Gaya Menawan*. Puspa Swara.
- Oliver, Richard L. 2010. "Effect of Expectation and Disconfirmation on PostExposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation." *Journal Of Applied Psychology* 62 (April):480-486.
- Pendiknas, 2008, "Kamus besar Bahasa Indonesia", Gramedia Pustaka Utama Indonesia.
- Prapti Karomah. 2008. *Tata Busana Dasar*. Yogyakarta : IKIP Yogyakarta.
- Prastowo, Andi. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dan Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Poespo, Goet. 2005. *Panduan Membuat Ragam Hias Motif Bordir*. Gramedia pustaka utama.
- Porrie Muliawan. 2003. *Analisa Pecah Model Busana Wanita*. BPK Gunung Mulia.
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix*. Jakarta. trans Media.
- Rizky. 2010. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kijang Innova Tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang*
- Ryerson, 2009. *Consumer Behavior Pelaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasinya untuk strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Setyowati, Erna. 2006. *Konstruksi Pola Busana Wanita*. Semarang: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Susanto, AB dan Himawan Widjanarko. 2004. *Power Branding*. Jakarta: Quantum Bisnis dan Manajemen Soehersono.
- Hery. 2005. *Desain Bordir Pada Garis Leher Busana*. Gramedia pustaka utama.
- Soekarno. 2002. *Membuat Pola Busna Tingkat Dasar*. YOGYAKARTA : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Soekarno dan Basuki, 2004. *Desain Ilustrasi Busana*. Gramedia pustaka utama.
- Sona Sonjaya. 2013. *Dasar Ilmu Manajemen Operasi*. Bandung
- Sri Widarwati. 2000. *Desain Busana I*, Yogyakarta: FPTK IKIP Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk penelitian*. Cetak Ketuju. Bandung: CV. Alfabeta.
- Supriyadi, Eko. 2002. *Ekspresi Tentang Figur Imajinatif Dalam Karya Seni Lukis*.
- Ujiyanto Abdurachman. 2004. *Alisis Faktor- Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 6, No 1 Maret. Universitas Kristen Petra.
- Usman, Husaini. 2009. *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Yuliarma. 2016. *Dasar- Dasar Pembuatan Teknik Busana*. PT. BPK Gunung Mulia.
- Yuliarma. 2016. *The Art of Embroidery Designs*. Gramedia pustaka utama.
- Zaidi dan Muhammad. 2012. *Awareness of Pakistani Consumers towards Nutritional Labeling on Product Packaging in Terms of Buying Behavior*