

## MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK BORDIR DI INDAH BORDIR SIDOARJO

**Inda Ardini**

Mahasiswa S1 Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[inda.ardini@yahoo.com](mailto:inda.ardini@yahoo.com)

**Mein Kharnolis**

Dosen Pembimbing PKK S1 Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[meinkharnolis@unesa.ac.id](mailto:meinkharnolis@unesa.ac.id)

### Abstrak

Indah Bordir merupakan butik busana muslim yang lengkap. Dengan membuat berbagai macam busana yang di butuhkan konsumen, produk Indah Bordir selalu ter *up to date* untuk itu konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, subyek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Indah Bordir. Metode pengumpulan data menggunakan metode angket dan data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan rumus presentase kemudian dideskriptifkan. Minat konsumen terhadap Indah Bordir dapat disimpulkan jika ditinjau dari segi mutu dan pelayanan adalah promosi produk melalui media sosial dan pelayanan ramah dan berpakaian rapi. Harga jual produk sesuai dengan kualitas produk. Dan minat konsumen jika ditinjau dari segi kualitas desain busana muslim dan kebaya pada produk selalu *up to date* dan sesuai dengan *trend*. selalu menjadi pilihan konsumen dibandingkan produk lain. Upaya Indah Bordir menarik konsumen dengan cara memanfaatkan media sosial dan ter *up to date* sesuai *trend mode* dalam desain dan motif pada produknya, secara efektif sebagai daya jual yang dapat memikat konsumen.

**Kata Kunci:** Minat konsumen, produk bordir di indah bordir Sidoarjo.

### Abstract

*Indah Bordir is a complete Muslim fashion boutiques. By making various kinds of clothing that consumer needs. Indah Bordir products are always up to date, therefore consumers are more interested in buying their product. This research is a quantitative descriptive research. The object of this research are consumers who purchase in Indah Bordir products. The method of data collection is using questionnaires and collected data were analyzed using the percentage formula and then descriptive. Consumer intereststo Indah Bordir can be concluded from the aspect of quality and service are product promotions through social media and service is very friendly and well-dressed and the price of the product is in accordance with the quality of the product. Furthermore, consumer interests in terms of quality of the product of Moslem fashion designs and kebaya is always up to date and accordance with the trend, as well as consumer choices compared to other products. The wonderfull effort of embroidery attacts consumers by utilizing social media and up to date according to fashion trends in design and motifs on its products, effectively as a selling power that can lure consumers.*

**Keyword:** *Consumer interest, Emboroidered products in indah bordir Sidoarjo.*

### PENDAHULUAN

Konsumen saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih produk bordir yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Konsumen tidak sekedar membeli produk namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika di layani dengan sopan, ramah, dengan penuh perhatian dan dipandang penting sehingga akan timbul kepuasan dalam membeli barang atau jasa. Kepuasan konsumen terhadap perusahaan tidak terlepas dari jenis strategi promosi yang digunakan, kualitas produk yang di tawarkan, dan kualitas pelayanan yang di-

berikan oleh perusahaan itu sendiri. Persaingan untuk memberikan yang terbaik kepada konsumen telah mendapatkan konsumen sebagai pengambil keputusan. dan banyaknya perusahaan yang sejenis yang beroperasi dengan berbagai produk atau jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat dapat menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhannya.

Salah satu kabupaten di Jawa timur yang berbatasan dengan Surabaya ini mempunyai hal lain yang membuatnya cukup dikenal, yaitu kerajinan bordirnya. Pusat bordir Sidoarjo yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso No. 07, di butik yang cukup luas ini bisa mendapati busana kebaya dan kain dengan hia-

san bordir. Mulai dari kebaya modern lengan pendek 3/4 sampai lengan panjang, selain itu ada kain bordir untuk dijadikan kebaya atau blus dengan banyak pilihan warna serta bahan. Bahan blus tersebut yaitu taffeta, sutera dupont, sutera thomson, katun dan pilihan warnanya mulai dari putih, hitam, pastel dan nuansa metalik. Hampir semua produk yang dijual berupa bordiran diproduksi sendiri atau dengan kata lain tidak mengambil dari *supplier*. Bahan yang sudah disediakan dikirim ke pengrajin bordir untuk dikirimkan kembali dan siap dijual ke konsumen.

Motif bordiran juga dirancang dari Indah Bordir dan dikirim ke pengepul, Setelah jadi dikirim lagi ke Indah bordir untuk dijual. Ada 3 jenis kreasi bordir yang tersedia di Indah Bordir. Bordir *handmade* yaitu bordiran yang dikerjakan dengan tenaga manusia baik menggunakan tangan ataupun mesin manual. Kreasi bordir yang kedua adalah bordir dengan mesin elektrik dan yang ketiga adalah bordir yang diproduksi dengan mesin komputer. Untuk tekniknya diproduksi secara masal atau dalam jumlah banyak.

Bordir *handmade* atau yang dikerjakan menggunakan mesin manual umumnya merupakan produk dengan nilai jual tinggi. Pengerjaannya memerlukan waktu cukup lama yaitu bsekitar satu sampai dua bulan untuk sehelai kain sepanjang 1,5 meter. Peminat bordir asal Sidoarjo ini tidak hanya bersekala dari dalam negeri. Saat akhir tahun atau musim liburan, gerai Indah Bordir banyak didatangi konsumen dari luar negeri seperti Malaysia dan Singapura. Konsumen yang datang di Indah Bordir Sidoarjo sebagian besar ibu-ibu, remaja, bapak-bapak. Konsumen yang akan memasuki gerai di Indah Bordir di haruskan melepas alas kaki. Terhitung sampai sekarang butik Indah Bordir Sidoarjo mempunyai 32 supplier atau pemasok batik dari berbagai kota di Indonesia. Jadi tidak diragukan lagi untuk masalah kualitas dan harga, karena butik Indah Bordir Sidoarjo telah bersaing di pasaran.

Perilaku pembelian konsumen terhadap produk bordir di Indah Bordir Sidoarjo ditinjau oleh banyaknya minat konsumen yang datang. Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa semakin banyak konsumen yang tertarik terhadap produk Bordir di IndahBordir Sidoarjo, ditengah persaingan yang sangat ketat di bidang industri.Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Minat Konsumen Terhadap Produk Bordir di Indah Bordir Sidoarjo**”.

## KAJIAN PUSTAKA

Minat menurut (Assael, 2001: 75) adalah merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Selanjutnya menurut (Kotler dan Keller, 2003: 181)

*customer buying decision – all their experience in lerning, choosing, using, event disposing of product.* Yang memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan konsumen guna untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Dalam suatu perusahaan produk merupakan bagian dari pada marketing karena jika perusahaan menghasilkan yang tidak baik, maka produk tersebut tidak dapat diterima oleh konsumen, pimpinan harus mempertimbangkan apakah susunan dari berbagai jajaran produk yang menunjukkan keserasian yang berkenan dengan peningkatan penjualan serta kesanggupan menghasilkan keuntungan produk yang dihasilkan (Siswanto Sutojo, 2005: 78).

### Indah Bordir Sidoarjo

Butik Indah Bordir Sidoarjo merupakan perusahaan yang bergerak di berbagai bidang penjualan, yang menawarkan bermacam-macam desain pakaian bermotif dan polos. Butik Indah Bordir ini terletak di Jl. Yos Sudarso No. 07 Pucang, Kec. Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Butik Indah Bordir mempunyai cabang baru di lippo plaza Sidoarjo dan berada pada pasjo (pasar sidoarjo). Di butik tersebut Indah Bordir mensupplier batik ke berbagai kota di Indonesia. Indah bordir mempunyai ciri khas tersendiri dalam pembuatan bordirnya pada kain atau bahan yang sudah jadi, bordirannya ada yang menggunakan bordir komputer maupun manual atau disebut dengan mesin bordir (*high speed*). Ciri khas yang di tonjolkan pada busana maupun bahan yang sudah di bordir yaitu desain, motif dan warna terlihat bagus. Bukan hanya busana kebaya maupun kain jadi yang bermotif bordiran namun lebih beragam yang di jual di Indah Bordir Sidoarjo yaitu contohnya mukena, jilbab, aksesoris, pakaian pria, pakaian anak-anak, gamis, blus, perlengkapan haji dan lain-lain.

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan dengan judul, rumusan masalah dan tujuan penelitian maka penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini yang menjadi pusat penelitian yaitu minat konsumen terhadap produk bordir, minat konsumen ditinjau dari segi harga dan minat konsumen ditinjau dari kualitas. Penelitian ini dilakukan karena dari adanya minat konsumen yang banyak pada produk bordir di Indah Bordir. Kemudian peneliti mendefinisikan serta memformulasikan masalah peneliti dengan jelas dan mudah dimengerti. Sehingga akan didapatkan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan peneliti.

- a. Kuesioner terbuka yang memberikan kesempatan kepada responden untuk menjawab dengan kalimat sendiri.
- b. Kuesioner tertutup yang disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner tertutup, dimana jawaban sudah tersedia sehingga responden tinggal memilih berupa check list (√).

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur yaitu wawancara yang menggunakan pedoman yang disusun lebih terarah dan dapat mencapai tujuan. Wawancara ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada permasalahan peneliti yaitu: promosi, peningkatan mutu, mutu pelayanan, penentuan harga jual.

Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui minat konsumen terhadap produk bordir dan penataan produk di showroom Indah Bordir Sidoarjo. Metode analisis yang digunakan pada instrumen wawancara untuk memperoleh informasi dari responden tentang minat konsumen terhadap produk bordir di Indah bordir Sidoarjo. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik Triangulasi Sumber Data.

Teknik triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Sumber dan data yaitu dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2001: 330).

Tabel 1. Kriteria skor skala *Guttman* (Maksum, 2007)

Penilaian	Nilai/Skor
Ya	1
Tidak	0

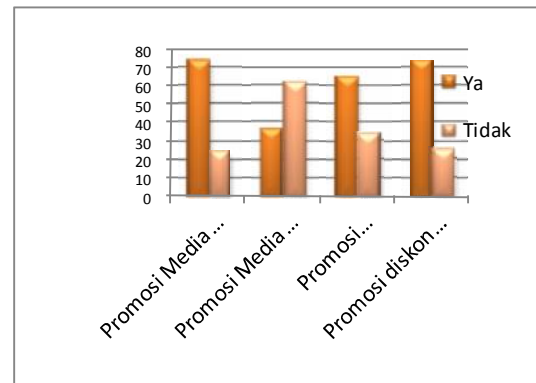
Proses manajemen dan keberhasilan usaha dikatakan mampu dijadikan acuan dalam minat konsumen terhadap produk bordir di Indah Bordir Sidoarjo, apabila respon positif responden mendapat presentase sebesar  $\geq 75\%$ . Kemudian berdasarkan hasil responden akan dihitung menggunakan rumus :

$$\text{Presentase} = \frac{\text{jumlah responden yang}}{\text{jumlah total res}} \times 100\%$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

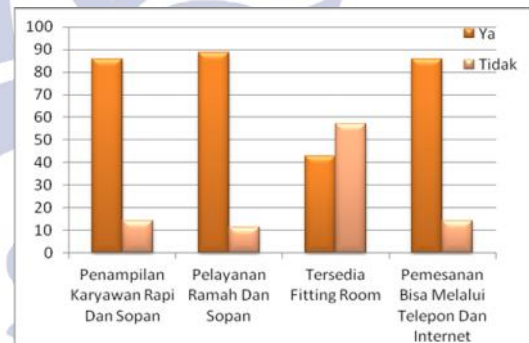
Dari data yang sudah diperoleh dari konsumen Indah Bordir Sidoarjo kemudian disajikan dengan teknik presentase untuk mengetahui apa yang membuat konsumen berminat untuk membeli produk Indah Bordir yang ditinjau dari 2 aspek, yaitu mutu pelayanan dan aspek mutu kualitas produk.

### 1. Aspek Mutu Pelayanan



Gambar 1. Diagram promosi pada produk Indah Bordir

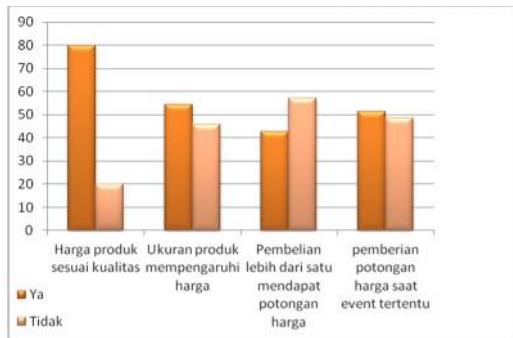
Dari perhitungan data di atas dapat diketahui bahwa responden yang mengetahui produk melalui media sosial yang menjawab (ya) mencapai 74,3 % dan yang (tidak) 25,7%. Responden yang mengetahui produk Indah Bordir melalui media cetak yang menjawab (ya) mencapai 37,1% dan yang (tidak) mencapai 62,8 %. Responden yang mengetahui produk Indah Bordir melalui teman, tetangga dan saudara yang menjawab (ya) mencapai 65,7% dan yang (tidak) 34,3%. Sedangkan responden tentang produk Indah Bordir dengan diskon pada bulan tertentu menjawab (ya) mencapai 74,3% dan yang (tidak) mencapai 25,7% .



Gambar 2. Diagram pelayanan pada konsumen

Dari perhitungan diatas yang menyatakan (ya) bahwa karyawan Indah Bordir Sidoarjo berpenampilan rapi dan sopan mencapai 85,7% dan yang (tidak) 14,2%. Responden yang menyatakan (ya) bahwa karyawan Indah Bordir melayani dengan ramah dan sopan mencapai 88,5% dan yang (tidak) 11,4%. Responden yang menyatakan (ya) bahwa tersedia tempat *fitting room* 42,8% dan yang menjawab (tidak) 57,1%. Sedangkan responden yang menyatakan (ya) bahwa pemesanan produk Indah Bordir bisa dilakukan melalui internet dan telepon 85,7% dan yang (tidak) 14,2%.

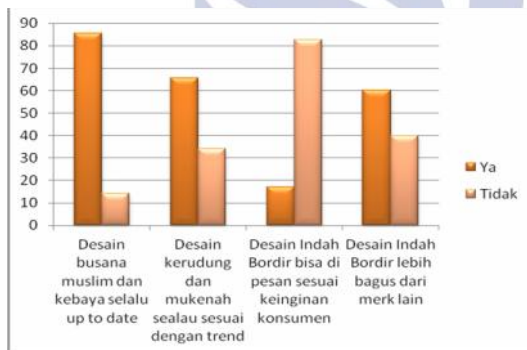




Gambar 3. Diagram penentuan harga

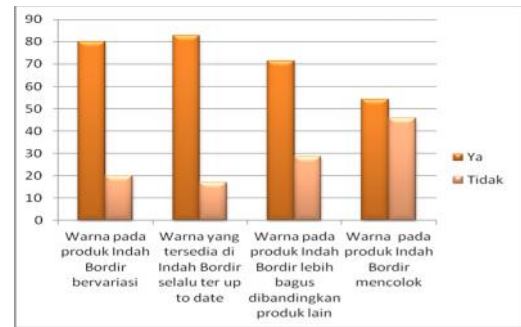
Responden mengenai harga produk Indah Bordir sesuai kualitas 80% (ya) dan (tidak) 20%. Pada produk Indah Bordir untuk busana muslim dan mukena anak atau dewasa besar kecilnya mempengaruhi harga jual yang menyatakan (ya) 54,3% dan yang menyatakan (tidak) 45,7%. Jika ada konsumen Indah Bordir yang membeli Produk Indah Bordir lebih dari satu akan mendapatkan potongan harga, untuk pertanyaan ini yang menjawab (ya) mencapai 42,8% dan yang (tidak) 57,1%. Indah Bordir Sidoarjo jika pada event tertentu memberi potongan harga yang menjawab (ya) 51,4% dan yang (tidak) 48,5%.

## 2. Aspek Mutu Kualitas Produk



Gambar 4. Diagram mutu kualitas produk ditinjau dari desain

Aspek mutu kualitas yang ditinjau dari desain busana muslim dan kebaya pada produk Indah Bordir selalu *up to dated* dan sesuai dengan *trend* yang menjawab (ya) 85,7% dan yang (tidak) 14,2%. Untuk produk pelengkap busana yang terdiri dari kerudung dan mukenah selalu *up to date* dan sesuai dengan *trend mode*, yang menjawab (ya) 65,7% dan yang (tidak) 34,2%. Desain Indah Bordir pada produk yang di inginkan yang menjawab (ya) 82,8% dan yang (tidak) 17,1%. Dengan banyaknya persaingan desain pada produk merk lain, maka produk Indah Bordir yang sudah terkenal dengan bordirannya memiliki desain lebih bagus daripada desain produk lain yang menjawab (ya) 60% dan (tidak) 40%.



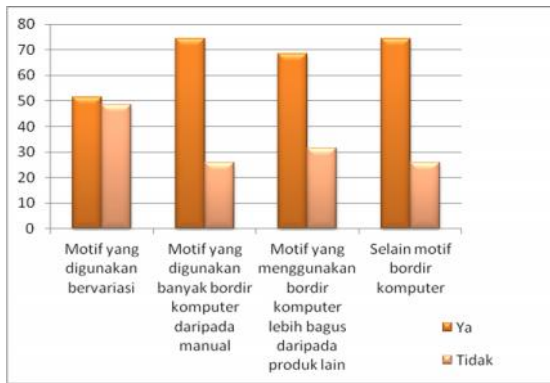
Gambar 5. Diagram kualitas mutu kualitas produk ditinjau dari warna

Responden yang mengisi tentang aspek mutu kualitas yang ditinjau dari warna untuk produk bordir Indah Bordir yang bervariasi yang menjawab (ya) 80% dan yang (tidak) 20%. Begitu pula dengan warna produk Indah Bordir yang tersedia selalu *ter up to date* dan sesuai *trend mode* yang menjawab (ya) 82,8% dan yang (tidak) 17,1%. Permainan warna atau kombinasi warna pada produk Indah Bordir selalu menjadi pilihan konsumen dibandingkan produk lain yang menjawab (ya) 71,4% dan yang (tidak) 28,5%. Dan responden yang menjawab (ya) tentang warna pada produk Indah Bordir yang mencolok 54,3% dan yang (tidak) 45,7%.



Gambar 6. Diagram aspek mutu kualitas ditinjau dari bahan

Responden yang menjawab pertanyaan tentang aspek bahan yang digunakan sesuai keinginan konsumen yang menjawab (ya) 77,1% yang (tidak) 22,8%. Bahan yang digunakan pada Indah Bordir yang kita ketahui nyaman bila dipakai yang menjawab (ya) 88,5% dan yang menjawab (tidak) 11,4%. Bahan yang digunakan untuk produk Indah Bordir mempunyai ciri khas tersendiri yang menjawab (ya) 80% dan yang (tidak) 20%. Bukan hanya dari bahannya saja yang berbeda dari produk lain tapi nyaman dipakai, dan tidak mudah kusut yang menjawab (ya) 71,4% dan yang (tidak) 28,5%.



Gambar 7. Diagram motif bordir komputer

Responden menjawab motif yang digunakan bervariasi yang menjawab (ya) 84,7% dan yang (tidak) 14,2%. Untuk motif yang digunakan banyak bordir komputer atau manual yang menjawab (ya) 51,4% dan yang (tidak) 48,5%. Setiap konsumen menginginkan motif bordir yang bagus dan rapi untuk yang menjawab motif bordir komputer lebih bagus daripada produk lain, yang menjawab (ya) 74,3% dan yang (tidak) 25,7%. Konsumen selalu ingin tampil lebih beda untuk itu konsumen juga bisa memilih motif selain bordir komputer yaitu menggunakan motif atbm (alat tenun bukan mesin) yang menjawab (ya) 68,5% dan yang (tidak) 31,4%.



Gambar 8. Diagram standart ukuran produk Indah Bordir

Dari perhitungan diatas responden untuk ukuran busana muslim dan kebaya menggunakan ukuran standart (S, M, L), yang menjawab (ya) 91,4% dan yang (tidak) 8,5%. Untuk produk Indah bordir menyediakan ukuran jumbo atau *big size* untuk konsumen yang bertubuh gemuk, untuk jawan (ya) 48,5% dan yang menjawab (tidak) 51,4%. Setiap konsumen yang sudah membeli produk Indah Bordir berupa busana muslim maupun kebaya selalu pas di badan dan enak dipakai, untuk jawan (ya) 60% dan yang menjawab (tidak) 40%. Untuk ukuran pada produk Indah Bordir lebih besar dari pada produk merk lain, yang menjawab (ya) 74,3% dan yang (tidak) 25,7%.

### 1. Minat konsumen ditinjau dari aspek mutu pelayanan

Responden pada umumnya menyatakan bahwa para karyawan di Indah Bordir berpenampilan sopan dan rapi karena para karyawan di Indah Bordir saat bekerja menggunakan busana muslim, responden yang menyatakan hal tersebut mencapai 100%. Untuk pelayanan di *showroom* Indah Bordir kepada konsumen sangat ramah, dalam melayani konsumen selalu menjawab pertanyaan yang dilontarkan dan memberikan solusi jika konsumen bingung akan pilihan produknya, 100% responden menyatakan (ya). Di *Showroom* Indah Bordir memiliki fasilitas yang cukup lengkap seperti tersedianya alat komunikasi (telepon), *fitting room*, dan ruang tamu, konsumen yang menyatakan (ya) mencapai 100%. Dan untuk pemesanan produk responden memilih lewat internet dan telepon dikarenakan menghemat waktu jika lewat internet barang bisa dikirim ke rumah 50% responden menyatakan (ya).

Responden pada umumnya menyatakan (ya) bahwa harga produk Indah Bordir yang selama ini dijual sesuai dengan kualitas barang yang dijual dengan kualitas jahitan yang bagus dan bahan yang bagus pula sesuai dengan harga jual, 100% responden menyatakan setuju pada aspek tersebut. Selain mutu jahitan, ukuran juga sangat mempengaruhi harga. Semakin besar ukuran produk Indah Bordir maka harga semakin naik, 100% responden setuju. 90% responden menyatakan tidak jika konsumen membeli produk Indah Bordir lebih dari satu akan mendapat potongan harga, itu tidak berlaku pada pembeli eceran ataupun agen-agen yang memasarkan produk Indah Bordir. 50% responden mengetahui ada potongan harga pada event-event tertentu misalnya pada bulan Ramadhan, lebaran, tahun baru, dan musim haji, tapi potongan harga tersebut untuk produk-produk tertentu atau dari barang stok lama.

### 2. Minat konsumen ditinjau dari aspek mutu kualitas produk

Responden pada umumnya menyatakan bahwa desain busana muslim dan kebaya selalu *up to date*. Seringnya Indah Bordir mengeluarkan produk dengan yang baru, maka para konsumen tidak bosan dan tidak ketinggalan untuk membeli, 80% responden menyatakan ya. 60% responden menyatakan bahwa warna kerudung sesuai dengan busana muslim karena kebanyakan produk yang dijual pada produk Indah bordir busana gamis. 50% responden menyukai kombinasi warna pada produk Indah Bordir, kombinasi warna pada produk Indah Bordir termasuk bervariasi dan sesuai trend mode. 70% responden menyatakan bahwa warna yang tersedia tidak sesuai dengan selera, kebanyakan konsumen lebih memilih warna yang *soft*.

### 3. Upaya Indah Bordir menarik konsumen

Dengan berusaha keras dengan semangat kebersamaan menjadikan Indah Bordir sebagai produsen busana dan pelengkap busana muslim terkemuka di seluruh dunia, pernyataan tersebut merupakan

visi dari Indah Bordir Sidoarjo. Untuk misinya yaitu berusaha dengan keras untuk memproduksi barang dengan kualitas terbaik dan terindah. Dan untuk saat ini setiap harinya Indah Bordir tidak pernah sepi pengunjung atau konsumen yang selalu ingin tahu produk terbaru dari Indah Bordir tersebut. Indah Bordir juga menggabungkan produk Rania Zahra menjadi satu *showroom* untuk itu perkembangan Indah Bordir saat ini lebih pesat. Promosi dan aktualisasi dengan berusaha keras dan semangat kebersamaan antara produsen, agent manager beserta jajarannya sebagai ujung tombak pemasaran untuk mengerti dan memahami, manfaat dari promosi sebagai wujud dari upaya mengenalkan dan menanamkan sebuah keyakinan akan produk yang berkualitas dengan merk Indah Bordir pada konsumen sehingga tiada hari tanpa promosi dan aktualisasi, strategi promosi yang telah dijalankan oleh Indah Bordir selama ini adalah :Memanfaatkan sosial media dan media cetak sebagai sarana promosi dan aktualisasi diantaranya *Facebook, instagram, whatsapp, black-barry massanger, twitter* dan majalah.

## PENUTUP

### Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan data-data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa:

1. Minat konsumen terhadap produk Indah Bordir jika di tinjau dari segi mutu pelayanan produk adalah konsumen lebih sering mengetahui produk Indah Bordir melalui promosi di media sosial dan konsumen merasa puas dengan pelayanan Indah Bordir selama pembelian produk dan potongan harga yang pernah diberikan kepada konsumen meskipun pada *event-event* tertentu.
2. Minat konsumen terhadap produk Indah Bordir jika di tinjau dari segi mutu kualitas adalah konsumen senang dengan desain produk Indah Bordir karena selalu ter up to date dan produk dan Indah Bordir menggunakan warna yang bervariasi. Bahan yang digunakan Indah Bordir memiliki ciri khas dari pada produk lain dan lebih banyak yang bermotif kainnya untuk bahan pada gamisnya dan untuk kebaya nya di desain lebih banyak menggunakan bordir komputer daripada manual. Untuk busana gamis wanita menggunakan standart ukuran S, M, L dan tidak menyediakan ukuran jumbo untuk konsumen bertubuh *over size*.
3. Upaya Indah Bordir menarik konsumen Promosi dan aktualitas dengan memanfaatkan media sosial, dan menggunakan media cetak yang secara efektif sebagai daya jual yang memikat konsumen, Selalu menampilkan gamis dan kebaya yang ter up to date.

## Saran

### 1. Bagi Indah Bordir

Berdasarkan simpulan diatas maka dapat diajukan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Indah Bordir dalam memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan konsumen agar tetap berminat dan senang membeli produk Indah Bordir, maka dalam beberapa minggu harus sering menampilkan desain-desain baru yang variatif dan inovatif.

Konsumen membeli sealau menitik beratkan pada kualitas, harga dan kenyamanan bahan yang digunakan. Maka dari itu Indah Bordir harus meningkatkan lagi mutu kualitas produk yang semakin baik sehingga produknya bisa *go international*.

Dalam memproduksi busana sebaiknya memberikan harga yang bisa dijangkau oleh konsumen dengan cara memberikan diskon atau potongan harga untuk produk tertentu selain pada bulan puasa atau lebaran.

### 2. Bagi Peneliti

Setelah mengadakan penelitian maka peneliti mengetahui apa yang menjadi minat konsumen pada produk Indah Bordir, semua ini akan menjadi pengalaman yang sangat berharga dan semua informasi tentang Indah Bordir dapat menjadi inspirasi dimasa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael H. 2001. *Consumers Behavior And Marketing Action*, Edisi 3, Kent Publishing Company, Boston Massachusset, AS.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1 dan 2. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Sutojo, Siswanto. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta. Damar Mulia Pustaka.