

## PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK MUKENA DI BEJI BANGIL PASURUAN

Atiqoh

Dosen PKK – Tata Busana- FKIP-Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

### Abstract

Beji Bangil mukena is well-known mukena that develops rapidly, in its research it can be done by woman participation. The problem in this research is how consumer think about mukena product, it is a descriptive research and has two subject, there are the artists of this product and the employees in Beji Bangil with 5 artists and consumers in Nizam and Nazar who are buying mukena, with 248 respondents with questionnaires its collecting data, data analisis using %, from each artist using process (1) choosing accessories design and pattern (2) choosing materials and its accessories (3) process of sewing and adding accessories (4) finishing technique(5) deciding (6) quality and (7) packing. From consumers research in next step are cheap prices(50%), accessories design (60,30%), trendy (46,37%), color combination (42,33%), its result (44,35%), quality (46,37%) and quite uninteresting (70,96%)

**Keywords:** *scoring, mukena, artist*

### Pendahuluan

Persaingan global yang paling ditekankan dan ditingkatkan adalah bagaimana produk mukena di Beji Bangil Kabupaten Pasuruan dapat mengembangkan produknya dengan tepat, sehingga produk mukena dapat memasuki pasar dan digemari oleh konsumen. Dalam persaingan penekanan ini berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap produk mukena dari sisi pengetahuan konsumen. Oleh karena itu perlu diketahui karakteristik produk mukena dari pengetahuan konsumen dalam proses pembelian produk mukena di Beji Bangil Kabupaten Pasuruan. Perusahaan atau produsen harus melakukan serangkaian usaha pengenalan pasar guna mengetahui penilaian dari karakteristik produk mukena.

Dengan mengenal konsumen akan dapat: (1) Mengarakan kegiatan pemasaran agar tertuju pada sasaran pasarnya (2) Menghasilkan sumber-sumber daya yang ada agar dapat efektif dan efisien pemanfaatannya (3) Menciptakan dan membina langganan untuk dapat memperoleh laba yang wajar untuk waktu sepanjang mungkin, sehingga perusahaan tetap tumbuh dan berkembang, Assauri (1997: 114).

Oleh sebab itu salah satu bentuk pengenalan konsumen adalah dengan cara meneliti penilaian konsumen terhadap karakteristik produk mukena. Bilamana konsumen termotivasi membeli produk mukena sesuai dengan harapannya, maka secara otomatis akan terlibat dalam pembelian produk. Keterlibatan merupakan refleksi dari termotivasinya seorang konsumen terhadap karakteristiknya produk.

Keterlibatan konsumen dalam pembelian produk mukena sangat dipengaruhi oleh sejauh mana dapat memenuhi rasa keindahan bagi si pemakai dan nilai yang dipakai setelah memakai produk mukena. Keterlibatan konsumen dalam pembelian produk sangat terkait dengan pengetahuan konsumenterhadap produk mukena (*Consumers Product Knowledge*). Cordell, Vitor V (1997: 241) bahwa pengetahuan konsumen merupakan alat pengukur yang menentukan terhadap evaluasi produk, maksudnya unsur-unsur yang terkandung pada produk antara lain : atribut produk, dampak penggunaan produk dan nilai kepuasan penggunaan produk.

Pada umumnya dalam proses pembelian produk mukena konsumen melihat atribut secara kongkrit, antara lain terdiri dari harga, desain, model, perpaduan warna, hasil pengerjaan, kualitas dan penampilan produk. Selain atribut akan memperhatikan dampak setelah pembelian, yaitu akibat fungsional dan psikososial, apa yang dapat dirasakan setelah memakai produk mukena, misalnya lebih bagus atau menarik dan apakah timbul sesuatu dari dalam diri, seperti lebih nyaman dibanding dengan yang lain (*phycosocial*).

Peninjauan nilai yang dikakukan oleh konsumen dimaksudkan untuk produk harga mukena untuk merasakan rasa pas dan nyaman dalam memakainya. Dalam penelitian ini akan dibahas hanya pada atribut produk mukena yang terdiri dari karakteristik produk mukena, antara lain penentuan desain, model, perpaduan warna yang digunakan untuk menghias, hasil pengerjaan mukena mulai proses hingga penyempurnaan, kualitas dan penampilan produk mukena yang sampai saat ini beredar dikonsumen harga produk mukena di Beji Bangil Pasuruan dikenal lebih murah harganya dari pada tempat lain. Untuk mengetahui penilaian konsumen wanita pemakai produk secara langsung, maka selanjutnya produser akan memproduksi produknya sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen

Tujuan penilaian: untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap produk mukena hasil di Beji Bangil Pasuruan, untuk mengetahui proses produksi mukena di Beji Bangil Pasuruan

Penilaian konsumen

1. Penilaian pada produk mukena merupakan pendapat para pembeli tentang hasil produk mukena yang meliputi pendapat tentang desain, model, perpaduan warna, proses pengerjaan, kualitas, harga dan penampilan produk mukena.
2. Keputusan konsumen dikalukan tidak dikalukan secara seketika, tetapi dilakukan melalui tahapan-tahapan pembelian yang meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi

alternative, pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Pengenalan masalah meliputi analisis kebutuhan terhadap produk tertentu dilanjutkan dengan pencarian informasi melalui sumber-sumber tertentu. Setelah produk ditentukan maka konsumen mengadakan kegiatan informasi alternative guna membandingkan produk sebelum membeli, kemudian menetapkan pembelian dan akhirnya menilai produk secara menyeluruh.

Pengetahuan konsumen wanita sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pembelian Konsumen produk mukena adalah wanita, Menurut Kartono (2009:29) "wanita mempunyai sifat yang khas, yaitu keindahan, kelembutan dan kerendahan hati. Wanita mempunyai cirri-ciri dan sifat khusus dalam mengambil keputusan, yaitu memadukan aspek kewanitaan dan pengalamannya secara keseluruhan yang dipengaruhi oleh lingkungannya (Saldi 1991 : 25). Keterlibatan konsumen dalam pembelian produk tentunya sangat berkaitan dengan pengetahuan konsumen terhadap produk mukena. Ada 2 faktor keterlibatan konsumen dengan produk, yaitu : (1) kepentingan dan hubungannya dengan kegiatan seluruhnya, (2) kedekatan hubungan antara *self knowledge* dan kegiatan *product knowledge*. Jadi strategi pemasaran yang ditetapkan perusahaan harus ditetapkan berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan konsumen.

Karakteristik Mukena di Beji Bangil Pasuruan, hasil produk mukena bangil mempunyai ciri sebagai berikut :

- a. Desain  
Desain motif mukena yang sering digunakan adalah bentuk flora yang berupa bunga-bunga, ranting dan daun
- b. Peletakan hiasan  
Letak hiasan motif mukena atau pola hias banyak menggunakan pola hiasan pada tepi hiasan, sudut kapala dan tengah belakang.
- c. Bahan; Bahan tekstil yang digunakan bervariasi seperti katun, tissue dan lenan.

d. Warna

Warna untuk bahan dasar umumnya putih, putih tulang, cream sedangkan kalau berwarna, warna yang soft seperti biru muda, merah muda, hijau muda

e. Teknik menghias

Teknik hiasan banyak menggunakan teknik bordir, painting, sulaman pita sampai dengan teknik hias lekapan.

Kualitas dan keindahan dapat ditentukan dengan (1) peralatan, yaitu mesin jahit maupun mesin bordir bila menggunakan hiasan bordir dan pidangan bila menggunakan Sulaman, sehingga dapat menghasilkan produk yang bagus, (2) Sumber daya manusia yang profesional baik pada bagian produksi maupun desain (3) teknik pengerjaan yang profesional dalam hal ini lebih ditekankan pada proses menghias kainnya, selain itu desain mukena harus serasi dan harmoni, artistic dalam paduan antara desain mukena dengan hiasan atau sulaman, serta waktu pengerjaan yang relative cepat, singkat dan bagus.

Menurut Suharsono (2004:7) hasil hiasan yang baik apabila:

- a. Desain motif sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima semua kalangan
- b. Susunan perpaduan warna dalam teknik hiasan harus serasi dengan bahan pokok dan motif secara keseluruhan.

## Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diperoleh dari dua sumber data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari konsumen produk mukena, sedangkan data sekunder berasal dari 5 pengrajin, yaitu sebagai berikut :

### 1. Keorganisasian Pengrajin Mukena

Pengrajin Mukena di Beji Bangil Pasuruan pada umumnya berbentuk Kelompok Usaha Bersama yang dipimpin oleh seorang Ketua dan pembantu umum. Dalam kegiatan usaha anggota dikoordinasikan dalam suatu wadah kegiatan yang dapat menguntungkan

c. Desain motif hiasan harus sesuai dengan prinsip seperti *repetition* (pengulangan), *altermation* (selang saling), *radiation* (radiasi)

d. Hiasan harus terus actual, orisinil, inovatif dan mengikuti kemajuan dunia mode

e. Teknik hias harus dibuat dengan rapi, halus pada motif yang diinginkan

## Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk menggali data tentang penilaian konsumen terhadap hasil produk mukena di Beji Bangil Pasuruan. Sumber data penelitian ini adalah pengrajin mukena, di Desa Beji serta konsumen mukena yang berbelanja di toko Nazar dan Nizam sebanyak 248 orang.

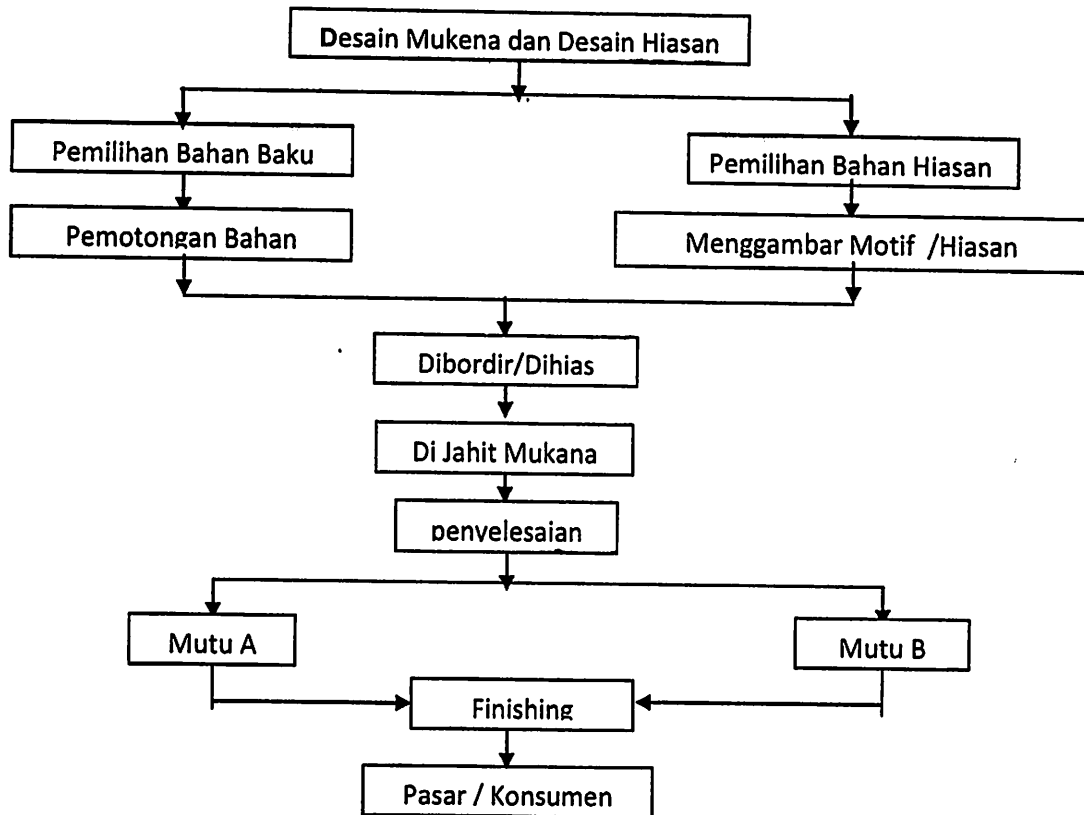
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mencari data dari responden melalui teknik angket (kuesioner) dan wawancara (interview). Selanjutnya data dikelompokkan dan dianalisis dengan menggunakan teknik persentase. Data yang diperoleh dengan angket dan wawancara dengan konsumen, pengrajin, didiskripsikan sesuai dengan hasil yang diperoleh.

anggota maupun organisasinya.

### 2. Proses Produksi Mukena

Bahan yang digunakan ada umumnya sejenis dan hampir sama antara pengrajin dengan pengrajin yang lainnya. Bahan dasar yang umum dipakai katun, tissue, lenan, sedang bahan penghias apabila bordir (benang bordir dan sepul), Sulaman pita (aneka pita dan benang), painting (warna-warna cat kain) dan lekapan (pita), Alat yang digunakan adalah mesin jahit, mesin bordir, gunting (besar dan kecil), pidangan, solder.

**Skema Produksi Mukena di Beji Bangil Kabupaten Pasuruan**



Proses pembuatan produk mukena diawali dengan menentukan desain produk mukena, pemilihan bahan dan pemilihan motif/teknik hias, dilanjutkan dengan bahan sesuai dengan pola yang telah dibuat dilanjutkan dengan mengutip motif atau motif hias. Selanjutnya dilakukan proses pembordiran atau menghias kain ( sulaman, painting , lekapan), kemudian dijahit sesuai dengan model, setelah selesai dikakukan penyotiran atau pemeriksaan mutu dengan klasifikasi mutu A dan mutu B dan dilakukan *finishing*. Setelah produk terklasifikasi dilakukan pengemasan (*packing*) dan selanjutnya dipasarkan kepada konsumen.

**3. Penilaian Konsumen Terhadap Produk Mukena**

**a. Harga**

Berdasarkan hasil pengumpulan data di lapangan diperoleh data mengenai gambaran kondisi obyektif dari konsumen produk mukena. Variable tidak bebas dalam penelitian ini adalah frekuensi dan variable bebas penelitian ini adalah motif pembelian berdasarkan pengetahuan konsumen yang meliputi harga, desain, model, perpaduan warna, hasil pengerjaan, kualitas dan penampilan produk mukena di Beji Bangil diperoleh data sebagai berikut.

**Tabel I.**  
**Penilaian Konsumen Terhadap Harga Produk Mukena di Beji Bangil**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Sangat Mahal	4	1,6 %
2,0 < 3,0	Mahal	86	34,70 %
3.0 < 4,0	Murah	124	50 %
4,0 < 5,0	Sangat Murah	34	13,70 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3,258		
Deviasi Standar	0.701		

**Tabel I:** Menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa harga produk mukena di Beji Bangil sangat mahal hanya 4 orang atau 1,6 %, mahal 86 orang atau 34,70%, murah sebanyak 124 orang atau 50% dan sangat murah adalah 34 orang atau 13,70%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa penelitian ini menggunakan 248 orang dengan kriteria paling banyak yang adalah kelompok yang menyatakan bahwa produk mukena di Beji Bangil adalah murah. Penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen (penilaian obyektif) tentang

produk mukena adalah murah, dengan demikian memperkuat keyakinan bahwa harga produk mukena di Beji adalah murah.

b. Desain

penilaian konsumen tentang bentuk bentuk desain mukena dengan berbagai komposisi bentuk gambar. Variabel desain dijabarkan melalui 2 dua indikator, yang terdiri dari penilaian tentang bentuk gambar mukena yang digunakan sebagai pola dasar bordir atau teknis hias (sulaman, painting, lekapan). Penilaian konsumen terhadap desain produk mukena di Beji Bangil sebagai berikut :

**Tabel II.**

**Penilaian Konsumen terhadap Desain Produk Mukena di Beji Bangil**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Tidak Baik	12	4,83 %
2,0 < 3,0	Kurang Baik	101	40,72%
3.0 < 4,0	Baik	157	60,30 %
4,0 < 5,0	Sangat Baik	22	8,87 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3,147		
Deviasi Standar	0,680		

**Tabel II:** menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa desain produk mukena hasil di Beji Bangil tidak baik 12 orang atau 4,83% , kurang baik sebanyak 101 orang atau 40,72%, baik sebanyak 157 orang atau 60,30%, sangat baik 22 orang atau 8,87%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa penelitian dari 248 orang responden yang paling banyak adalah dari kelompok konsumen yang menyatakan bahwa produk mukena di Beji Bangil adalah antara baik.

Dalam penelitian ini yang diteliti adalah produk mukela dengan kualitas B (baik), oleh sebab itu sebagian besar konsumen menyatakan desain produk mukena di Beji Bangil adalah baik.

c. Model

Merupakan pencerminan model terakhir, pada saat penelitian dilakukan. Penilaian tentang model disajikan dalam table III berikut :

**Tabel III.**

**Penilaian Konsumen Terhadap Model Mukena di Beji Bangil**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Tidak Trendy	7	2,82 %
2,0 < 3,0	Kurang Trendy	98	39,51 %
3.0 < 4,0	Trendy	115	46,37 %
4,0 < 5,0	Sangat Trendy	28	11,29 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3.161		
Deviasi Standar	0,713		

**Tabel III:** menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyarakan bahwa model mukena hasil di Beji Bangil tidak cantik adalah sebanyak 7 orang atau, kurang cantik sebanyak 98 orang atau 39,51%, cantik sebanyak 115 orang atau 46,37 %, dan sangat cantik adalah sebanyak 28 orang atau 11,29%, Dari data tersebut dapat dilihat bahwa kriteria paling banyak adalah dari kelompok konsumen yang menyatakan bahwa produk mukena di Beji Bangil cantik, berdasarkan data lapangan menunjukkan bahwa model mukena dari tahun ke tahun relatif tetap,

yaitu motif hiasannya bunga-bunga, sulaman pita, painting dan lekapan.

d. Perpaduan warna

Perpaduan warna kain yang digunakan sebagai bahan dasar disebut dengan perpaduan warna. Indikator dari variable kondisi warna adalah perpaduan yang digunakan sebagai bahan dasar dengan perpaduan warna dari bordir dan warna sulaman pita, painting dan lekapan. Penilaian konsumen tentang perpaduan warna disajikan dalam tabel IV di bawah ini.

**Tabel IV**  
Penilaian Konsumen Terhadap Perpaduan Warna Produk Mukena di Beji Bangil

Limit Kerja	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Tidak Serasi	20	8,06 %
2,0 < 3,0	Kurang Serasi	94	37,90 %
3.0 < 4,0	Serasi	105	42,33 %
4,0 < 5,0	Sangat Baik	29	11,69 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3,075		
Deviasi Standar	0,802		

Sumber : data yang diolah

**Tabel IV:** menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa perpaduan warna produk mukena di Beji Bangil tidak cantik hanya 20 Orang atau 8,06%, kurang serasi sebanya 94 Orang atau 37,90 %, serasi sebanyak 105 orang atau 42,33 %, dan sangat serasi sebanyak 29 orang atau 11,69 %. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden dengan criteria paling banyak adalah dari kelompok konsumen yang menyatakan bahwa produk mukena di Beji Bangil mempunyai perpaduan serasi tetapi kelompok sebanyak 37,90 % menyatakan

kurang serasi sebab dengan bahan tambahan tile dan organdi yang tembus terang dan paduan warna bahan dasarnya kurang pas, oleh karena itu kesan yang ditimbulkan akan jadi kurang serasi.

e. Hasil Pengerjaan

Pembuatan mukena pada bahan dasar kain katun, tissue dan lenan, proses pengerjaan dijabarkan dalam indikator pemotongan pola, penggambaran motif hiasan, proses pengerjaan dan penyempurnaan. Penilaian konsumen tentang hasil pengerjaan produk mukena disajikan dalam tabel V.

**Tabel V**  
**Penilaian Konsumen tentang Hasil Pengerjaan Produk Mukena**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	TidakBaik	15	6,04 %
2,0 < 3,0	Kurang Baik	91	39,69 %
3.0 < 4,0	Baik	110	44,35 %
4,0 < 5,0	Sangat Baik	32	12,90 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3,141		
Deviasi Standar	0,782		

Sumber : data yang diolah

**Tabel V:** Menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa hasil pengerjaan dari produk mukena di Beji Bangil tidak baik 15 Orang atau 6,09 %, kurang baik adalah sebanyak 96 orang atau 36,96 %, baik sebanyak 110 orang atau 44,35 %, sangat baik sebanyak 32 atau 12,90 %. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa responden dengan kriteria paling banyak adalah dari kelompok konsumen yang menyatakan bahwa hasil pengerjaan produk mukena di Beji Bangil adalah baik, tetapi sebanyak 96 menyatakan hasil pengerjaan produk mukena kurang baik, hal ini dikarenakan kelompok

konsumen apabila hendak memilih produk yang berkualitas pada umumnya mengetahui yang lebih baik tentang produk, sehingga dapat membandingkan antara produk yang satu dengan produk yang lain.

**f. Kualitas**

Kualitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat kemampuan produk tertentu dalam melakukan fungsi dengan harapan konsumen. Variabel penelitian dijabarkan dalam 2 indikator, yaitu daya tahan produk dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Penilaian konsumen tentang kualitas produk mukena disajikan dalam table di bawah ini.

**Tabel VI**  
**Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Produk Mukena Hasil di Beji Bangil**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Tidak Tahan Lama	10	4,03 %
2,0 < 3,0	Kurang Tahan Lama	102	41,12 %
3.0 < 4,0	Tahan lama	115	46,37 %
4,0 < 5,0	Sangat Tahan Lama	21	8,46 %
Total		248	100
Skor Rata rata	3,093		
Deviasi Standar	0,702		

Sumber : data yang diolah

**Tabel VI:** Menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa kualitas produk mukena dari hasil di Beji Bangil tidak tahan lama

adalah sebanyak 10 orang atau 4,03 %, kurang tahan lama sebanyak 102 orang atau 41,12 %, tahan lama sebanyak 115 orang atau 46,37 %, sangat tahan lama 21 Orang

atau 8,46 %. data tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menyatakan bahwa produk mukena di Beji Bangil adalah tahan lama. Apabila produk mukena tahan lama dari kerusakan rangkaian benang-benang bordir atau sulaman pita, painting dan lekapan maka dikatakan bahwa produk mukena hasil di Beji Bangil berkualitas.

g. Penampilan Produk

Penampilan produk yang dimaksud adalah teknik menampilkan produk yang dapat menimbulkan kesan menarik. Penampilan produk ada 2 indikator, yaitu penampilan pada kemasan produk dan display produk. Penilaian konsumen terhadap penampilan produk ditampilkan dalam table di bawah ini.

**Tabel VII.**  
**Penilaian Konsumen Terhadap Penampilan Produk Mukena di Beji Bangil**

Limit Kelas	Katagori	Frekuensi	Prosentasi
1,0 < 2,0	Tidak Menarik	50	20,16 %
2,0 < 3,0	Kurang Menarik	176	70,96 %
3,0 < 4,0	Menarik	18	7,25 %
4,0 < 5,0	Sangat Menarik	4	1,61 %
Total		248	100
Skor Rata rata	2,403		
Deviasi Standar	0,571		

Sumber : data yang diolah

Tabel VII: menunjukkan bahwa dari responden sebanyak 248 orang yang menyatakan bahwa penampilan produk mukena di Beji Bangil tidak menarik adalah sebanyak 50 orang atau 20,16%, kurang menarik sebanyak 176 Orang/atau 70,96 %, menarik sebanyak 18 orang/atau 7,25%, sangat menarik 4 orang/atau 1,16 %.

Dari hasil penelitian dapat dinyatakan bahwa konsumen menyatakan penampilan produk mukena kurang menarik. Display produk pada umumnya digantungkan pada gantungan pakaian saja, display dalam bentuk yang lebih menarik belum tampak di showrom-showrom. kemasan yang digunakan membungkus produk mukena pada umumnya hanya bersifat sementara (plastik / dos pembungkus), tetapi belum ada kemasan yang sekaligus berfungsi sebagai pelindung mukena apa bila disimpan lama.

**Simpulan dan Saran**

1. Proses Produksi mukena adalah : penentuan desain, pemilihan bahan dan motif

hiasan, pemotongan bahan sesuai dengan pola yang telah dibuat, kegiatan pemilihan dilanjutkan dengan kegiatan menggambar motif, selanjutnya adalah proses pengerjaan yang diawali dengan proses penjahitan bahan, penyempurnaan dan penyortiran mutu dengan mengklasifikasikan pada mutu sempurna dan kurang sempurna. Setelah produk terklasifikasi dilakukan kegiatan packing (pengemasan).

2. Penilaian Konsumen Terhadap Produk mukena adalah : dari harga murah ( 50 % ), desain produk mukena di Beji Bangil Pasuruan adalah baik (60,30 %) dan sangat baik, ( 8,87 %), dari model tidak trendy (2,82 %). Perpaduan warna

3. kurang serasi ( 37,90 % ), hasil pengerjaan sebanyak (39,60 %) menyatakan hasil pengerjaan kurang baik. Kualitas sebagian besar menyatakan adalah tahan lama (46,37 %), Penampilan produk sebageian besar menyatakan kurang menarik (70,96 % .).



**Daftar Pustaka**

- Assauri Soyand, 2007, *Menejemen Pemasaran*, Rajawali Pres, Jakarta.
- Craven, Dawid, W, *Pemasaran strategik*, Terjemahan, Edisi keempat, Penerbit Erlangga.
- Cordel II, Victor V, 1997, *Consumer knowledge Measures as Predictors in Produk Evaluation*, journal *Psychologi & Marketing (PSY)*, ISSN : 0742-6046.
- Ferrell, Pride dan William M, Pride, 1995, *Pemasaran : Teori & Praktek Sehari hari Edisi Ketujuh Jilid I*, Alih Bahasa Drs. Daniel Wirajaya, Bina Aksara, Jakarta.
- Garniadi, Yati Mariana, 2005. *Melukis di Atas Kain*. Dian Rakyat: Jakarta.
- Hurlock, B. Elizabeth, 1992, *Psikologi Perkembangan*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- I Made London Batan, 2004, *Metode Subtitusi Permintaan Konsumen Sebagai Dasar Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*, Yogyakarta, Jurnal UGM.
- Kartono, Kartini, 1990, *Psykologi Anak (Spykologi Perkembangan Anak)*, Penerbit CV. Maju Makmur, Bandung.
- Kotler Philip, 1990, *Dasar Dasar Pemasaran* , Penrjemah, Edisi ketiga, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mangkunegara, P, Anwar, 1998, *Prilaku Konsumen*, Penerbit PT Erasco, Bandung.
- Puspo, Goet, 2005. *Teknik Menjahit*. Kanisius: Yogyakarta.
- Puspo, Goet, 2005. *Pemilihan Bahan Tekstil*. Kanisius: Yogyakarta.
- Sadli, Saparinah (editor) 1991, *Diatas 40 tahun, Kondisi Problematik Pria Wanita*, Penerbit Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Sudarsono, Herry (a), 2004, *Desain Motif*, Cetakan, Jakarta : Puspa swara.
- Tjiptono, Fandy, 1998, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andy, Yogyakarta.

