

PENGARUH KEBAYA JANGGAN JENGYAH TERHADAP CITRA DAN OMSET BUTIK TKD MODISTE: STUDI DESKRIPTIF TREN FASHION LOKAL

Syarifah Nur Romadhana¹⁾, Agus Ridwan Misbahudin²⁾

^{1,2} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: sromadhana@gmail.com, agus.ridwan@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kebaya “Janggan Jengyah” terhadap citra dan omset Butik TKD Modiste, serta mengidentifikasi bagaimana produk ini merepresentasikan tren fashion lokal. Butik TKD Modiste, yang berlokasi di Jombang, Jawa Timur, awalnya berfokus pada busana *custom made*. Namun, setelah peluncuran Kebaya Janggan Jengyah, butik ini mengalami perubahan signifikan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan kunci: pemilik butik (Tantri Kusuma Dewi), pegawai butik (Nabilah), dan seorang pelanggan setia (Meitya Sekar). Teknik analisis data menggunakan *flow model analysis* (Miles dan Huberman) yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebelum adanya Kebaya Janggan Jengyah, citra Butik TKD Modiste sudah baik di mata pelanggan setia karena fokus pada kualitas dan pelayanan *custom made*, meskipun jangkauan pasar dan omset masih terbatas. Setelah Kebaya Janggan Jengyah diproduksi dan dipasarkan, citra butik meningkat secara signifikan, menjadi lebih profesional, modern, dan elegan, karena produk ini berhasil merepresentasikan kualitas, keunikan desain, dan nilai budaya lokal. Peningkatan omset butik juga sangat signifikan, mencapai sekitar 70% dibandingkan periode sebelumnya. Kebaya Janggan Jengyah menjadi produk *top seller* dengan volume produksi 80 pcs per bulan dan jangkauan pasar yang meluas melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, memungkinkan butik untuk berinovasi dan memperluas jaringan kolaborasi bisnis.

Kata kunci: Kebaya Janggan Jengyah, Tren Fashion Lokal.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of "Janggan Jengyah" Kebaya on the image and turnover of TKD Modiste Boutique, as well as to identify how this product represents local fashion trends. TKD Modiste Boutique, located in Jombang, East Java, initially focused on custom-made garments. However, after the launch of the Janggan Jengyah Kebaya, the boutique experienced significant changes. The research employed a descriptive qualitative method with a phenomenological approach. Data was collected through in-depth interviews with three key informants: the boutique owner (Tantri Kusuma Dewi), a boutique employee (Nabilah), and a loyal customer (Meitya Sekar). Data analysis techniques utilized the flow model analysis (Miles and Huberman), which includes data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was tested using source and technique triangulation. The findings indicate that before the introduction of the Janggan Jengyah Kebaya, TKD Modiste Boutique already had a good image among loyal customers due to its focus on quality and custom-made services, although its market reach and turnover remained limited. After the Janggan Jengyah Kebaya was produced and marketed, the boutique's image significantly improved, becoming more professional, modern, and elegant, as the product successfully represented quality, unique design, and local cultural values. The boutique's turnover also increased significantly, reaching approximately 70% compared to the previous period. The Janggan Jengyah Kebaya became a top-selling product with a production volume of 80 pieces per month and an expanded market reach through e-commerce platforms

like Shopee, enabling the boutique to innovate and broaden its business collaboration network.

Keywords : *Janggan Jengyah Kebaya, Local Fashion Trends.*

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Butik TKD Modiste adalah sebuah rumah mode asal Kota Jombang yang menaungi brand fashion “TKD Modiste” yang memproduksi berbagai macam jenis busana dan pelengkapannya seperti busana *custom made* gaun pengantin, kebaya, *custom ready to wear*, persewaan gaun dan kebaya, *custom* sepatu pengantin dan juga konveksi seragam. Butik TKD Modiste sudah berdiri sejak tahun 2020, awalnya butik ini hanya menjual busana *Ready to Wear* (RTW), namun minimnya peminat busana RTW membuat pemilik butik TKD, ibu Tantri Kusuma Dewi beralih ke pembuatan busana *custom made* periode tahun 2020-2021. Mulai tahun 2022 butik TKD Modiste mulai bekerja sama dengan beberapa sekolah dalam program Praktik Kerja Lapangan (PKL) seperti SMKN 2 Jombang, MAN Jombang, SMK Kreatif dan SMK Gudo. Seiring berjalannya waktu, butik TKD Modiste mulai menerima pemesanan seragam dengan sistem konveksi, dengan pemesanan *custom made* dan konveksi yang terus berjalan pemilik butik mulai memproduksi kembali busana *ready to wear* yang berkualitas butik. Kebaya janggan jengyah merupakan produk pertama yang diproduksi setelah butik TKD Modiste kembali memproduksi busana RTW. Dalam kurun waktu satu tahun kebaya janggan jengyah mampu meningkatkan omset penjualan butik yang berimbas juga pada meningkatnya citra butik TKD Modiste. Awal pemasaran kebaya janggan melalui *e-commerce Shopee* pada tahun 2023 hingga tahun 2025 tercatat sudah terjual sebanyak 750 produk dengan omset perbulan kisaran lebih dari 10 juta, dengan *customer* tersebar dari berbagai daerah di Indonesia.

Di Indonesia industri fashion merupakan salah satu sektor kreatif yang terus berkembang pesat, dengan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data Kementerian Perindustrian, sektor fashion menyumbang sekitar 18% dari total kontribusi ekonomi kreatif terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB), dengan nilai ekspor mencapai USD 13,8 miliar pada tahun 2021 (Kemendag RI, 2024). Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk lokal dan tren fashion yang mengedepankan identitas budaya. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek) mencatat jumlah karya budaya yang telah ditetapkan menjadi warisan budaya takbenda Indonesia sebanyak 1.239 karya budaya hingga sepanjang tahun 2020. Budaya takbenda tersebut meliputi seni pertunjukan, tradisi dan ekspresi lisan, adat istiadat, pengetahuan alam, kerajinan, dan perayaan. Adapun budaya busana tradisional tercakup dalam kategori keterampilan dan Kemahiran kerajinan tradisional (Fathiyah, 2022). Tren fashion lokal saat ini semakin diminati oleh Masyarakat dari berbagai kalangan dan rentang usia sebagai bentuk apresiasi terhadap budaya lokal, salah satu contohnya adalah kebaya. Kebaya merupakan pakaian tradisional Perempuan Indonesia. Kebaya berkembang secara lambat laun di Indonesia semenjak abad ke 15 hingga abad ke 16. Sebelum tahun 1600-an kebaya hanya boleh digunakan oleh kaum bangsawan. Pada masa itu kebaya dianggap menjadi pakaian suci yang dikenakan oleh para bangsawan, sedangkan Masyarakat biasa masih mengenakan kemben sebagai pakaian sehari-hari mereka (Azrin, 2019).

Tuti Nusandari Roosdiono dari Komunitas Cinta Kebaya (dalam (Fathiyah, 2022) berpendapat “kebaya adalah salah satu khas kebanggaan busana Perempuan Indonesia yang suah digunakan sejak abad ke-15, kebaya merupakan busana yang selalu dipadu padan secara harmoni dengan berbagai jenis kain Nusantara. Di Indonesia ada banyak jenis kebaya yang umumnya dikenakan oleh Perempuan Indonesia seperti kebaya kutu baru, kebaya kartini, kebaya janggan, kebaya encim dan sebagainya. Kebaya Janggan adalah salah satu jenis kebaya tradisional Jawa yang memiliki Sejarah Panjang dan kaya makna budaya. Busana ini pertama kali muncul sekitar tahun 1830-an, kebaya janggan sering dikenakan oleh Ratna Ningsih, istri Pangeran Diponegoro dan digunakan untuk menyembunyikan patrem (keris putri) saat mendampingi suaminya dalam perang melawan belanda. Desain kebaya janggan terinspirasi dari model seragam militer Eropa pada masa Perang Diponegoro, dengan ciri khas kancing depan dan kerah tinggi yang menutupi leher. Hal tersebut membedakan kebaya janggan

dengan kebaya tradisional lainnya yang biasanya memiliki potongan leher rendah. Selain itu, kebaya janggan menyerupai Surjan, yaitu jas laki-laki Jawa yang menunjukkan adaptasi budaya dalam busana Wanita. Kebaya janggan merupakan busana abdi dalem Perempuan (*estri*) Kraton Yogyakarta yang bentuknya menyerupai *Surjan* (busana abdi dalem laki-laki di lingkungan kraton Yogyakarta). Di lingkungan asli kraton Yogyakarta, khusus kebaya janggan warna kain yang digunakan harus hitam, sehingga dikenal dengan sebutan janggan hitam. Ketentuan warna tidak hanya berlaku pada kebaya janggan. Semua abdi dalam Kraton Yogyakarta hanya boleh mengenakan busana yang warna dasarnya gelap atau berwarna hitam. Warna hitam dan juga warna gelap lainnya menjadi identitas bagi abdi dalem di lingkungan Kraton Yogyakarta. Sementara motif yang boleh digunakan tergantung pada status atau pangkat yang di embannya, untuk kebaya janggan kain yang digunakan boleh polos ataupun bermotif kembang batu, namun tidak diperkenankan menggunakan bahan brokat. Abdi dalem Perempuan yang boleh memakai janggan hitam adalah abdi dalem *keparak*, *wiyaga putri*, *pesinden*, atau abdi dalem *punakwan* Perempuan saat bertugas. Ketika ada hajad dalem Ngabekten sekalipun, abdi dalem *keparak* berpangkat magang dan jajar belum boleh mengenakan janggan. Di lingkungan Kraton Yogyakarta Kebaya menjadi simbol status pemakainya. Kebaya janggan Kembali banyak di gemari oleh Masyarakat setelah munculnya film Gadis Kretek Dimana tokoh Dasiyah yang diperankan oleh Dian Sastro yang mengenakan Kebaya Janggan sebagai busana sehari-hari. Maraknya Film ini juga memberikan dampak besar pada pelaku usaha rumah mode salah satunya butik TKD Modiste.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik butik TKD Modiste, Kebaya Janggan atau di butik TKD Modiste disebut juga kebaya Janggan Jengyah menjadi produk top seller dalam kurun waktu 1 tahun ke belakang, dan berhasil meningkatkan omset butik setelah peluncuran koleksi kebaya janggan jengyah. Hal ini sejalan dengan studi oleh Hapsari et al (2023), yang menemukan bahwa inovasi produk berbasis budaya mampu meningkatkan pendapatan hingga 25% di industri fashion lokal. Kebaya janggan jengyah di butik TKD Modiste membuat inovasi yang mengusung desain tradisional dengan sentuhan modern yang terlihat dari bahan yang digunakan seperti satin Embos, satin Roberto, dan Brokat, juga penambahan borci. Butik TKD Modiste sebagai produsen kebaya ini berusaha mempertahankan nilai tradisional sambil menjawab tantangan pasar yang dinamis. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana mempromosikan produk ini secara efektif untuk membangun citra butik dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Citra positif yang dibangun melalui kebaya jengyah juga memainkan peran penting dalam keberlanjutan bisnis butik TKD Modiste. Citra sebuah butik tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada bagaimana produk tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Kebaya janggan jengyah menjadi simbol *eksklusivitas* yang mampu memengaruhi persepsi konsumen terhadap butik TKD Modiste. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi sejauh mana produk ini dapat meningkatkan citra positif butik serta membangun loyalitas konsumen melalui strategi pemasaran yang tepat. Menurut DA Bastian (2014) dalam Pratama & Santoso (2018), citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Suntoro & Silintowe (2020) menyebutkan pengukuran citra merek adalah subjektif, artinya tidak ada ketentuan baku untuk mengukur citra merek, pengukuran ini dapat dilakukan berdasarkan pada aspek sebuah merek yaitu Kekuatan (*Strengthness*) Dalam hal ini adalah keunggulan yang dimiliki oleh merek yang bernilai fisik dan tidak ditemukan pada merek lainnya seperti penampilan fisik produk, harga produk, maupun penampilan fasilitas pendukung dari produk tersebut dan memiliki cakupan pasar yang luas, Keunikan (*Uniqueness*) Adalah kemampuan untuk membedakan sebuah merek dengan merek lainnya. Kesan ini muncul dari atribut produk tersebut yang menjadi bahan pembeda dari produk-produk lainnya. Yang termasuk dalam kelompok unik ini seperti variasi penampilan, nama dari sebuah merek atau nama dari produk tersebut yang mudah diingat dan diucapkan, Keunggulan (*Favorable*) Yang termasuk dalam kelompok favorable ini antara lain, kemudahan merek produk diucapkan serta kemampuan merek untuk tetap diingat oleh konsumen yang membuat produk ini terkenal dan menjadi favorit di Masyarakat.

Strategi promosi memiliki peranan penting dalam mendukung kesuksesan sebuah produk. Promosi yang kreatif dan relevan dapat membantu kebaya janggan jengyah dikenal lebih luas, terutama ditengah persaingan pasar yang ketat. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman tentang Langkah-langkah promosi yang telah dilakukan oleh butik TKD Modiste dalam memperkenalkan produk

kebaya janggan jengyah sebagai produk unggulan mereka. Dengan strategi promosi yang tepat akan memberikan dampak pada penjualan dan omset butik, peningkatan omset juga menjadi indikator keberhasilan. Pengaruh penjualan kebaya janggan jengyah terhadap omset butik TKD Modiste adalah salah satu faktor yang perlu diteliti lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana produk ini memberikan kontribusi terhadap pendapatan butik TKD Modiste.

Dengan menjawab berbagai aspek yang terkait dengan kebaya Janggan Jengyah, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dampak produk ini terhadap citra dan omset di butik TKD Modiste.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada, Meneliti Citra dan Omset butik TKD Modiste sebelum dan sesudah memproduksi kebaya Janggan Jengyah

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis membuat rumusan masalah

1. Bagaimana citra Butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah ?
2. Bagaimana citra Butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah ?
3. Bagaimana omset butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah?
4. Bagaimana omset butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah ?

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis citra Butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah
2. Menganalisis citra Butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah
3. Mengidentifikasi omset butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah
4. Mengidentifikasi omset butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Peneliti :
 - a. Menambah wawasan tentang analisis citra dan dampaknya terhadap peningkatan omset usaha kecil
 - b. Memperdalam pemahaman tentang kebaya janggan dan inovasi dalam produk berbasis budaya lokal
2. Manfaat bagi Masyarakat :
 - a. Memberikan informasi terhadap potensi produk lokal seperti kebaya janggan jengyah yang dapat meningkatkan apresiasi terhadap budaya Indonesia
 - b. Membantu masyarakat mengenali nilai estetika dan fungsi dari produk tradisional yang dikembangkan sesuai tren mode
3. Manfaat bagi Program Studi :
 - a. Menambahkan referensi penelitian tentang pengembangan produk lokal dalam bidang pendidikan vokasional kesejahteraan keluarga
 - b. Memberikan contoh penelitian terapan yang menghubungkan teori dengan praktik di industri kecil menengah
 - c. Meningkatkan kontribusi program studi dalam menghasilkan penelitian yang relevan dan berdampak pada masyarakat
4. Manfaat bagi Universitas :
 - a. Memperkuat reputasi universitas dalam mendukung penelitian yang berorientasi pada pengembangan budaya dan ekonomi lokal
 - b. Mendorong kolaborasi antara universitas dan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi berbasis budaya lokal
 - c. Menambah publikasi dan karya ilmiah yang dapat meningkatkan akreditasi universitas

2. METODE

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yakni penelitian yang dibangun berlandaskan paradigma fenomenologi (Edmund Husserl 1859-1926 dalam (Alaslan, 2021)). Penelitian kualitatif mulanya bersumber dari pengamatan secara mendalam. Sementara di pihak lain pengamatan harus dilakukan secara alamiah untuk menunjuk kualitasnya yang kemudian dipertentangkan dengan kuantum atau jumlah. Atas dasar pertimbangan ini kemudian penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang secara fundamental bergantung dari pengamatan yang dilakukan oleh manusia yang tidak mengadakan perhitungan secara angka atau kuantitas. Metode ini sering juga disebut metode artistik karena proses penelitian lebih bersifat seni (kurang terpola), dan disebut sebagai interpretif karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2022). Penelitian kualitatif disebut juga penelitian fenomenologis, penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah, disebut juga sebagai penelitian etnografi karena lebih banyak digunakan dalam bidang antropologi budaya, dan dapat juga disebut sebagai penelitian interaksionis simbolis, studi kasus, interpretative dan deskriptif (Bodgan dan Biklen, 1982:3) dalam (Fadilla & Wulandari, 2023). Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif adalah Upaya untuk menyajikan dunia sosial dengan perspektifnya terhadap konsep, perilaku, persepsi dan persoalan tentang manusia yang diteliti. Sedangkan menurut Moleong (2019), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan memahami yang terjadi secara holistic dan mendalam tentang perilaku dan Tindakan dari subjek penelitian untuk dideskripsikan pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan metode yang alamiah.

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti langsung dari sumbernya tanpa perantara. Pada penelitian “Pengaruh kebaya janggian jengyah terhadap citra dan omset butik TKD Modiste : studi deskriptif tentang tren fashion lokal”, data diperoleh langsung dari pemilik butik TKD Modiste yakni ibu Tantri Kusuma Dewi, S.Pd.,M.Pd, karyawan yang bekerja di butik TKD Modiste, dan juga Customer dari butik TKD Modiste. Teknik pengumpulan data sebagai langkah utama sebuah penelitian untuk mendapatkan sebuah data yang valid. Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa Teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut :

A. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015) wawancara merupakan pertukaran arus informasi yang terjadi antara dua orang melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan maknanya dalam suatu topik tertentu. Sementara menurut Fatchan (2011) dalam Alaslan (2021), wawancara adalah salah satu bentuk komunikasi lisan baik dalam bentuk terstruktur, semi terstruktur, dan tak terstruktur untuk mendapatkan data yang diperlukan dari orang yang diwawancarai (narasumber). Ada beberapa jenis wawancara antara lain :

1. Wawancara terstruktur (*Structured Interview*)

Sebelum wawancara ini dilakukan, peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan dan alternatif jawabnya karena peneliti sudah dapat membayangkan informasi apa yang akan diperoleh sehingga peneliti tidak dapat menanyakan permasalahan diluar apa yang direncanakan (pertanyaan dikontrol secara ketat). Peneliti juga dapat menggunakan beberapa pewawancara yang telah di *training* terlebih dulu sebagai pengumpul data dengan pertanyaan yang diberikan sama seperti yang ada pada pengumpul data lainnya.

2. Wawancara semi terstruktur (*Semistructure Interview*)

Wawancara ini dikategorikan sebagai wawancara mendalam, yang pelaksanaannya jauh lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan ide-ide dan pandangan tentang permasalahan yang diteliti secara terbuka sehingga peneliti hanya perlu mendengarkan dengan teliti dan mencatat informasi yang disampaikan oleh narasumber. Dengan tipe wawancara seperti ini, maka peneliti juga dapat menanyakan pertanyaan baru secara spontanitas yang sesuai dengan konteks pembicaraan sangat memungkinkan untuk dilakukan.

3. Wawancara tidak terstruktur (*Unstructured Interview*)

Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk digunakan dalam proses pengumpulan data secara bebas di lapangan. Pedoman wawancara hanya berupa garis permasalahan tanpa dibatasi dengan format yang kaku.

B. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari teknik wawancara. Teknik ini memuat tentang berbagai catatan peristiwa yang sudah terjadi sebelumnya dalam bentuk tulisan maupun dokumen lainnya seperti catatan harian, Sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan yang mempunyai relevansi dengan permasalahan yang sedang diteliti.

C. Studi Literatur

Studi literatur merupakan kegiatan pengumpulan data Pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian Kartiningrum (2015) dalam (Firdha et al., 2021). Dalam penelitian ini studi literatur dilakukan dengan cara mengkaji berbagai sumber informasi seperti jurnal ilmiah, buku, dan artikel valid dari internet yang berhubungan dengan “Pengaruh Kebaya Janggan Jengyah Terhadap Citra Dan Omset Butik TKD Modiste : Studi Deskriptif Tentang Tren Fashion Lokal”.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *flow model analysis* atau analisis data yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung mengalir terus menerus sampai tuntas (Miles dan Huberman, 1986). Teknik ini terdiri dari empat aktivitas yang dilakukan yaitu pengumpulan data (*data collection*) Merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi dan studi literatur yang dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari deskripsi dan refleksi. Catatan deskripsi merupakan data alami yang berisi tentang apa yang dilihat, didengar, dan dialami sendiri ketika penelitian tanpa adanya pendapat peneliti tentang fenomena yang dijumpai di lapangan. Sedangkan catatan refleksi merupakan catatan yang berisi kesan, komentar, serta interpretasi penelitian terhadap temuan yang ditemukan, reduksi data (*data reduction*) Reduksi data dapat dikatakan sebagai suatu proses berpikir yang memerlukan kecerdasan, keleluasaan dan pemahaman yang tinggi karena prosesnya dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada poin-poin penting saja kemudian dicari tema dan polanya sehingga peneliti dapat dengan mudah memperoleh gambaran yang jelas tentang data yang diperlukan dan data yang tidak diperlukan, penyajian data (*display data*) Setelah melakukan reduksi data maka Langkah selanjutnya adalah mendisplay data agar terorganisir, tersusun secara sistematis dan ada pola hubungannya sehingga mudah dipahami. Penyajian data ini bisa disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, maupun tabel. Menurut Miles dan Haberman dalam Sugiyono (2016:95), biasanya bentuk penyajian yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dalam bentuk teks yang bersifat naratif, dan Kesimpulan (*conclusion*) Penarikan Kesimpulan merupakan tahapan akhir yang harus dilakukan dalam penelitian kualitatif menurut Miles dan Huberman. Kesimpulan yang dibuat ini akan terus mengalami perubahan seiring dengan ditemukannya bukti-bukti pendukung yang kuat pada saat dilakukan pengambilan data berikutnya. Tetapi bila bukti yang dikumpulkan sudah valid dan konsisten pada saat peneliti melakukan kroscek Kembali ke lapangan maka Kesimpulan awal tersebut sudah bersifat kredibel dan dapat dipercaya. (Sugiyono, 2016:91).

Pada penelitian ini penulis melakukan pengujian keabsahan data menggunakan teknik uji kredibilitas data Triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pengecekan data dengan berbagai sumber dan dengan waktu yang berbeda. Moleong (2014:332), menyebutkan bahwa triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan pada saat proses pengumpulan data. Lebih lanjutnya pada penelitian ini ada 2 macam triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yaitu :

a. Triangulasi Sumber

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan kredibilitas data dengan cara melakukan pengecekan terhadap data yang sudah diperoleh dari beberapa sumber informan. Pada penelitian ini pengujian data dilakukan dengan mewawancarai Pemilik, Karyawan dan Konsumen butik TKD Modiste. Data yang diperoleh akan dideskripsikan, dikategorikan pendapatnya masing-masing, kemudian data akan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

b. Triangulasi Teknik

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan kredibilitas dengan mengecek data yang sudah ditemukan dengan teknik yang berbeda, yaitu dengan data hasil wawancara, kemudian dilakukan dokumentasi dan studi literatur yang relevan untuk memperkuat data hasil penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Citra Butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah

Dari hasil wawancara dan observasi langsung oleh peneliti di butik TKD Modiste menunjukkan bahwa sebelum adanya kebaya Janggan Jengyah, baik pemilik, pegawai dan juga customer dari butik TKD Modiste sudah memiliki persepsi masing-masing terhadap citra dari butik TKD Modiste. Pemilik berpendapat bahwa butik TKD Modiste sejak awal didirikan memiliki tujuan untuk selalu memberikan yang terbaik kepada tiap konsumen yang datang, dimulai dengan menjaga komunikasi dengan baik untuk memberikan kenyamanan kepada para konsumen, dan selalu berusaha memahami keinginan dari tiap konsumen dan memberikan yang terbaik agar meninggalkan kesan yang baik dihati setiap konsumen di butik TKD Modiste. Dari sisi pegawai menyampaikan hal yang senada dengan pemilik yaitu kenyamanan konsumen adalah hal yang sangat diperhatikan, dengan memberikan pelayanan terbaik untuk tiap konsumen kami yakin akan tumbuh rasa percaya antara butik dengan para konsumen. Dikonfirmasi langsung dari sisi konsumen yang menyatakan bahwa sejak awal datang ke butik TKD Modiste baik pemilik ataupun pegawai sangat komunikatif dan informatif sehingga memudahkan para konsumen untuk menyampaikan ide dan keinginan untuk busana yang akan dibuat.

Hal ini didukung oleh teori dari penelitian sebelumnya yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang mengatakan bahwa salah satu strategi agar suatu usaha mampu bersaing adalah dengan memberikan layanan yang terbaik serta membangun citra yang baik dimata konsumen, karena pelayanan yang baik dan citra yang positif dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk (Hurriyati dalam I.Fahmi,2021). Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian atas sebuah produk. Apabila konsumen merasa puas akan suatu produk mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakan produk tersebut juga memberitahukan orang-orang disekitar pengalaman yang mereka rasakan di tempat tersebut. Beberapa indikator kepuasan menurut para ahli salah satunya menurut Purnomo E (2017) seperti : terpenuhinya harapan konsumen, kualitas layanan, loyalitas dan rekomendasi. Jika di implementasikan di butik TKD Modiste indikator tersebut sudah diterapkan sejak awal di dirikannya butik ini, sejalan dengan pendapat TK selaku pemilik dari butik TKD Modiste diatas yang mengatakan sejak awal mendirikan butik ini pelayanan konsumen sudah menjadi concern utama, dimana konsumen akan dilayani dengan baik sejak awal kedatangan sampai dengan selesainya pemesanan, kami menerapkan komunikasi terbuka dan transparan dengan para konsumen untuk memberikan rasa nyaman dan aman serta menjaga kepercayaan antara konsumen dengan butik.

b. Citra Butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah.

Berdasarkan hasil wawancara bersama tiga informan yaitu pemilik, pegawai, dan juga customer dari butik TKD Modiste, menunjukkan bahwa setelah butik memproduksi dan memasarkan kebaya Janggan Jengyah, Citra butik TKD Modiste semakin kuat dari sisi konsumen seperti pendapat MS yang mengatakan bahwa dari awal saya sudah memiliki kesan yang baik terhadap butik, namun kualitas dari produk Kebaya Janggan Jengyah memberikan persepsi yang semakin kuat dimana baik produk yang dipesan secara online ataupun offline tidak mengubah kualitas dari produknya, kebaya Janggan jengyah yang saya beli secara online melalui platform Shopee datang dengan kualitas yang sama dengan busana yang saya pesan langsung di butik TKD Modiste. Hal itu menunjukkan bahwa butik TKD Modiste sangat menjaga kualitas dari semua produk yang mereka buat.

Hal tersebut didukung oleh teori dari penelitian sebelumnya yaitu Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek yang menyebutkan pengukuran citra adalah subjektif, artinya tidak ada ketentuan baku untuk mengukur citra, pengukuran ini dapat dilakukan berdasarkan pada aspek dari sebuah merek seperti, kekuatan (*Strength*) dalam hal ini kekuatan dari kebaya Janggan jengyah dapat dilihat dari produknya yang berkualitas, dan

didukung dengan pelayanan atau service yang baik dari butik TKD Modiste kepada setiap customer. Selain kekuatan, ada juga keunikan (*Uniqueness*) dari kebaya Janggan Jengyah terletak pada hiasan busana pada kebaya, di tiap kebaya Janggan Jengyah dilengkapi dengan payet yang berbentuk seperti *broche* yang biasanya dipakai sebagai hiasan pada kebaya Janggan agar penampilan terlihat lebih elegan. Dan terakhir ada keunggulan (*Favorable*) dalam hal ini keunggulan dari kebaya Janggan Jengyah terletak pada kemudahan konsumen untuk mencari produk ini di market place, dengan nama yang unik yakni kebaya Janggan Jengyah (Suntoro & Silintowe,2020).

c. Omset butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah.

Dari hasil wawancara dan observasi langsung oleh peneliti dengan tiga informan yaitu pemilik, pegawai dan konsumen dari butik TKD Modiste menjelaskan bahwa sebelum memproduksi kebaya Janggan Jengyah omzet penjualan butik sudah cukup stabil, senada dengan pemaparan dari pemilik butik TKD Modiste yang mengatakan bahwa sebelum hadirnya kebaya janggan jengyah penjualan di butik TKD Modiste terfokus pada pemesanan busana-busana Custom made seperti kebaya, seragam, batik, baju bridesmaid dan pesanan custom lainnya. Karena pesanan custom made di produksi secara detail dan dikerjakan satu persatu dikarenakan tiap busana mempunyai detail, desain, dan ukuran yang berbeda-beda dan dengan tingkat kesulitan yang berbeda pula di tiap produk yang di pesan, maka untuk menjaga kualitas dari hasil produk butik TKD Modiste membatasi jumlah pesanan yang masuk tiap bulannya yang berdampak pada pendapatan butik yang cukup stabil untuk biaya operasional butik di tiap bulannya.

Dalam hal ini Chaniago (2012) dalam Hidayat (2022) mengatakan omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi omset/penjualan seperti, Kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, dan kondisi perusahaan. Jika dilihat dari kemampuan penjual dan kondisi pasar, sudah dikuasai oleh butik TKD Modiste, namun faktor modal dan kondisi perusahaan yang belum bisa dimaksimalkan karena modal yang terkumpul dari pemesanan busana custom made masih terbatas dan di alokasikan untuk biaya operasional butik tiap bulannya, dengan kondisi seperti itu butik bertahan dan tetap beroperasi walaupun dengan keterbatasan yang ada.

d. Omset butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah.

Berdasarkan hasil wawancara bersama tiga informan yaitu pemilik, pegawai, dan juga customer dari butik TKD Modiste, menunjukkan bahwa setelah butik memproduksi dan memasarkan kebaya Janggan Jengyah terdapat peningkatan pendapatan dari hasil penjualan kebaya Janggan Jengyah, sehingga omzet butik TKD Modiste juga mengalami peningkatan yang signifikan. Seperti yang di paparkan oleh TK pemilik butik TKD Modiste yang mengatakan bahwa secara persentase peningkatan omzet butik sejak penjualan kebaya janggan jengyah ramai diminati sampai di angka 70%. Peningkatan ini terjadi karena penjualan kebaya Janggan Jengyah dilakukan secara online melalui platform Shopee sehingga konsumen yang datang untuk membeli tidak hanya berpusat di Jombang dan sekitarnya akan tetapi pesanan datang dari berbagai kota-kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan sebagainya. Meningkatnya peminat ini juga terkait dengan kualitas produk yang baik dibuktikan dengan banyaknya review dari customer online yang mengatakan kebaya Janggan Jengyah memiliki kualitas yang sangat baik dengan harga yang masih bisa di jangkau oleh banyak kalangan.

Dalam hal ini Chaniago (2012) dalam Hidayat (2022) berpendapat omset penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Terdapat faktor-faktor yang memengaruhi omset/penjualan seperti, Kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, modal, dan kondisi perusahaan, dimana semua faktor tersebut sudah terpenuhi oleh butik TKD Modiste. Peningkatan penjualan secara online melalui platform Shopee memberikan pengaruh yang sangat besar bagi penjualan di butik, sampai dengan bulan Mei 2025 penjualan kebaya Janggan Jengyah sudah mencapai 750 pcs dengan pembelian tiap bulannya sebanyak 80pcs, dengan meningkatnya peminat kebaya Janggan Jengyah ini secara tidak langsung menaikkan engagement dari akun shopee butik TKD Modiste.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan yaitu Tantri Kusuma Dewi (TK), Nabilah (NB), dan Meitya Sekar (MS) mengenai pengaruh kebaya Janggan Jengyah terhadap Citra dan Omset butik TKD Modiste, dengan data yang telah dijabarkan dan dibahas pada bab IV, ditarik simpulan Citra Butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah, sudah baik yang dibuktikan dengan loyalitas dari customer terhadap butik namun masih terbatas sebagai penyedia layanan *custom made* dengan basis pelanggan yang loyal namun belum menonjol secara visual dan citra merek. Sebagian besar pemasukan berasal dari pesanan custom yang memerlukan waktu lama untuk diproduksi, sehingga jangkauan pasar pun masih terbatas. Citra Butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah, mengalami peningkatan signifikan. Produk ini berhasil membangun identitas visual dan nilai budaya butik secara lebih kuat di mata konsumen. Kebaya Janggan Jengyah dinilai mampu merepresentasikan kualitas, keunikan desain, serta nilai-nilai lokal yang diangkat oleh TKD Modiste. Citra butik berkembang menjadi lebih profesional, modern, dan elegan. Omset butik TKD Modiste ditinjau sebelum memproduksi kebaya janggan jengyah, cenderung stabil namun terbatas. Pemasukan utama berasal dari pesanan busana *custom made* yang memerlukan waktu pengerjaan panjang dan tidak dapat diproduksi dalam jumlah besar. Pemasukan butik dari pesanan custom made hanya memenuhi biaya operasional butik setiap bulannya. Omset butik TKD Modiste ditinjau setelah memproduksi kebaya janggan jengyah, meningkat secara signifikan. Produk ini menjadi top seller yang mampu diproduksi massal dengan tetap menjaga kualitas. Volume produksi mencapai 80 pcs per bulan, dengan jangkauan pasar yang meluas melalui platform digital seperti Shopee. Keuntungan meningkat dan butik mampu melakukan inovasi produk serta memperluas jaringan kolaborasi bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kebaya Janggan Jengyah terhadap Citra dan Omset butik TKD Modiste : Studi Deskriptif tentang tren fashion lokal yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat peneliti berikan adalah. Bagi peneliti dan Akademik Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk pengembangan kajian seputar citra dan omset dalam sektor fashion lokal berbasis budaya. Diharapkan kajian serupa dilakukan pada berbagai jenis usaha mikro lain yang memadukan nilai tradisional dengan inovasi modern. Bagi pelaku usaha, khususnya butik TKD Modiste Disarankan untuk terus mempertahankan kualitas produk dan memperluas promosi digital agar tetap relevan di pasar yang kompetitif. Strategi branding yang konsisten serta inovasi desain kebaya berbasis budaya lokal dapat menjadi kunci penguatan posisi merek. Bagi Masyarakat Umum Diharapkan semakin menghargai dan mendukung produk lokal berbasis budaya seperti kebaya Janggan Jengyah. Konsumsi produk lokal tidak hanya mendukung pelestarian budaya, tetapi juga membantu pertumbuhan ekonomi kreatif di daerah. Bagi peneliti selanjutnya Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan pendekatan kuantitatif atau studi longitudinal guna melihat perkembangan citra dan omset dalam jangka panjang. Penambahan variabel seperti loyalitas konsumen, strategi pemasaran digital, dan tren mode nasional juga direkomendasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alaslan, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Amir, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar. *AkMen Jurnal Ilmiah*, 15(3). Retrieved from <https://ejournal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/download/322/326>
- Asyfa, M. L. (2024). *Naga dalam Sengkalan Keraton Yogyakarta sebagai Motif Batik Busana Malam*. (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Azrin, M. A. (2019). *Kebaya Sebagai Identitas Perempuan Jawa Muslim*. (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Binus University. (2021). Mengenal Busana Adat Khas Dki Jakarta, Kebaya Encim. *Binus.Ac.Id*. Retrieved from <https://student-activity.binus.ac.id/himdkv/2021/10/mengenal-busana-adat-khas-dki-jakarta-kebaya-encim/>
- Christvidya, K. P. (2024). 5 Ciri Khas Kebaya Kutubaru yang Penuh Makna dan Keistimewaan. *Fimela.Com*. Retrieved from <https://www.fimela.com/fashion/read/5549906/5-ciri-khas-kebaya-kutubaru-yang-penuh-makna-dan-keistimewaan?page=3>
- Daniar, M., and Widhyasmaramurti, W. (2022). Kajian Etnolinguistik Busana Kebaya Janggan Hitam Khas Kraton Yogyakarta. *Journal of Social Research*, 1(11), 327–343. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i11.319>

- Disastra, D. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(2), 55–56. Retrieved from <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/smart/article/download/1702/594>
- Fadilla, A. R., and Wulandari, P. A. (2023). Literature review analisis data kualitatif: tahap pengumpulan data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46. Retrieved from <https://jurnalmitita.univpasifik.ac.id/index.php/mjp/article/download/47/42>
- Fahmi, I. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 565–572. Retrieved from <https://dinastirev.org/JEMSI/article/download/565/337>
- Fathiyah. (2022). Indonesia Bisa Usulkan Kebaya Sebagai Warisan Dunia ke UNESCO pada 2023. *Voa.Com*. Retrieved from <https://www.voaindonesia.com/a/indonesia-bisa-usulkan-kebaya-sebagai-warisan-dunia-ke-unesco-pada-2023/6836893.html>
- Firdha, N., Damira, Fitri, R., Selaras, G. H., and Saputra, I. G. N. (2021). Studi Literatur Tentang Peningkatan Kompetensi Belajar Peserta Didik Melalui Kegiatan Pembelajaran Kolaboratif Berbasis Lesson Study. *Prosiding SEMNAS BIO*, 01, 1005–1013. Retrieved from <https://semnas.biologi.fmipa.unp.ac.id/index.php/prosiding/article/download/125/108/260#:~:text=Kartinin%20berpendapat%20bahwa,menarik%20kesimpulan%20serta%20memberi%20saran>
- Fitinline. (2019). 12 Jenis Kain Satin dan Pemanfaatannya Pada Produk Pakaian Hingga Aksesoris Wanita. *Fitinline.Com*. Retrieved from <https://fitinline.com/article/read/12-jenis-kain-satin-dan-pemanfaatannya-pada-produk-pakaian-hingga-aksesoris--wanita/>
- Fitinline. (2022). 10 Jenis Garnitur yang biasa dipakai untuk pelengkap busana. *Fitinline.Com*. Retrieved from <https://fitinline.com/article/read/10-jenis-garnitur-yang-biasa-dipakai-untuk-pelengkap-busana/>
- Fitria, F., and Wahyuningsih, N. (2019). Kebaya kontemporer sebagai pengikat antara tradisi dan gaya hidup masa kini. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 7(2), 128–138. Retrieved from <https://jurnal.isbi.ac.id/index.php/atrat/article/viewFile/617/688>
- Galuhwati, D. S. (2017). Pengurangan Panjang Bahu Pada Pembuatan Lengan Philipine Berbahan Kain Taffeta. *Jpbd (Jurnal Penelitian Busana Dan Desain)*, 1(1), 59–70. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpbd/article/download/1325/920>
- Hapsari, R., Thongkern, T., and Zaini, M. T. (2023). Fashion-preneur and Social Media: A strategy to Enhance Teens' Awareness, Trust and Loyalty towards Indonesian Local Fashion Brands. *Asia Pacific Management and Business Application*, 011(03), 337–346. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.6>
- Hardjo, D. (2024). 3 Fakta Menarik Kebaya Kartini, Ternyata Punya Ciri Khas Bangsawan Jawa. *Beutynesia.Id*. Retrieved from <https://www.beutynesia.id/fashion/3-fakta-menarik-kebaya-kartini-ternyata-punya-ciri-khas-bangsawan-jawa/b-288678>
- Harwanto, D. C. (2018). Memaknai Inkulturasi Dalam Pendidikan Seni Dan Konservasi. *Tonika: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Seni*, 1(1), 40–50. Retrieved from <http://journal.stt-abdiel.ac.id/tonika/article/download/10/5>
- Hidayat, R. (2022). Perancangan Aplikasi Penjualan Online Untuk Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus: Butik Chaniago Jambi). *Fortech (Journal Of Information Technology)*, 6(1), 38–43. Retrieved from <https://ojs.unh.ac.id/index.php/fortech/article/download/876/661>
- Idham, F. I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kaneki (Studi Kasus Pada Konsumen Kopi Kaneki Jakarta Timur)*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Junia, R. U., and Prihatin, P. T. (2021). Penerapan Interfacing pada Bagian Off Shoulder Busana Pesta Malam. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 9(2), 121–127. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/teknobuga/article/download/28358/12270>
- Kautish, P., Purohit, S., Filieri, R., and Dwivedi, Y. K. (2023). Examining the role of consumer motivations to use voice assistants for fashion shopping: The mediating role of awe experience and eWOM. *Technological Forecasting and Social Change*, 190, 122407. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162523000926>
- Kemendag RI. (2024). *Kemendag: Digitalisasi Perkuat Pengembangan Industri Modest Fashion*. Retrieved from <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/kemendag-digitalisasi-perkuat-pengembangan-industri-modest-fashion>
- Luthfia. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Yang Dimediasi Oleh Minat Beli (Studi Kasus Padamahasiswa Pengguna Provider Tri Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)*.
- Moleong, L. J. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nagata, T., and Sunarya, Y. Y. (2023). Perkembangan kebaya kontemporer sebagai transformasi budaya. *Jurnal*

- Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 5(2), 239–254. Retrieved from <https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/download/16502/9701>
- Pratama, D. W., and Santoso, S. B. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada produk stuck original. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 139–149. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/20914/19595>
- Sakinah, N. L., and Suhardi, D. (2018). Citra merek, kepercayaan merek dalam mewujudkan loyalitas merek produk aqua. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1). Retrieved from <https://journal.uniku.ac.id/index.php/ijsm/article/viewFile/839/2188>
- Saputri, A. A. (2018). Strategi: Trend Mode Fashion, Kemenarikan Promosi Dan Orientasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Penjualan (Studi pada Butik Felucy Wilayah Fatmawati Semarang). *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1). Retrieved from <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/vadded/article/viewFile/4638/4177>
- Setiyastuti, W., and Suhartini, R. (2017). Pembelajaran Pembuatan Blus Wrap And Drape Batik Blitar Dengan Media Video Pada Siswa Busana Butik SMK Negeri 3 Blitar. *E-Journal Universitas Negeri Surabaya*, 06, 15–22. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/250488-pembelajaran-pembuatan-blus-wrap-and-dra-a938ceal.pdf>
- Setyo, P. E. (2016). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks”. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/674/684>
- Shinta, L. N. (2016). *Pembelajaran Tentang Bagian-Bagian Busana Pada Siswa Smk Negeri 1 Bekasi*. (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suntoro, W., and Silintowe, Y. B. R. (2020). Analisis pengaruh pengalaman merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek. *Modus*, 32(1), 25–41. Retrieved from <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/download/3194/1797>
- Syahputra, I. R. I. (2021). *Pengaruh Keefektivan Promosi Sosial Media Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Oraql Di Bandar Lampung*. (Doctoral dissertation, Universitas Lampung).
- Wikipedia. (2024a). Beludru. *Wikipedia.Com*. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Beludru>
- Wikipedia. (2024b). Satin. *Wikipedia.Com*. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Satin>