



**PENGARUH *BRANDING* BERBASIS BUDAYA LOKAL
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TENUN IKAT DI
KABUPATEN SIKKA**

S K R I P S I

Diajukan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

guna memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Program Studi

Kewirausahaan

Oleh

YOHANES MARIA F. LABA KUKUN

NIM: 22942020028

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

MAUMERE

2026

HALAMAN PENERIMAAN JUDUL

1. NAMA : YOHANES MARIA F. LABA KUKUN
2. NIM : 22942020028
3. : PENGARUH *BRANDING* BERBASIS BUDAYA
LOKAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
TENUN IKAT DI KABUPATEN SIKKA
4. TANGGAL DITERIMA : 25 FEBRUARI 2026
5. MENGESAHKAN :

Dosen Pembimbing



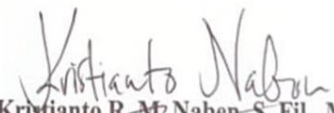
Valentin R. G. Bella Adur S.E., M.M

Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif



Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi
Kewirausahaan



Kristianto R. M. Nabon, S. Fil., M.A.

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero
dan diterima untuk memenuhi sebagian
dari syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis
Program Studi
Kewirausahaan

Pada Tanggal

26 Mei 2026

Mengesahkan

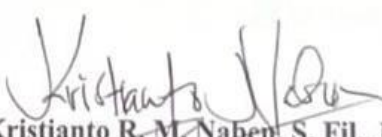
INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Dewan Penguji

1. Penguji I : Yohanes B. V. Lameng S.Ds.,M.M 
2. Penguji II : Valentin R. G. Bella Adur S.E.,M.M 


Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif

Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi
Kewirausahaan

Kristianto R. M. Nabon, S. Fil., M.A.



YAYASAN PERSEKOLAHAN SANTO PAULUS ENDE

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Maumere 86152 - Flores - NTT

No.Telp/Fax : (0382) 242 6535, Email : official@iftkledalero.ac.id, Web: iftkledalero.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini, Selasa, 26 Mei 2026 telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Kampus Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif (IFTK) Ledalero dan dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nama : YOHANES MARIA F. LABA KUKUN
N I M : 22942020028
Program Studi : Kewirausahaan
P T S : IFTK Ledalero
Judul Skripsi : Pengaruh Branding Berbasis Budaya Lokal Terhadap Minat Beli konsumen Tenun Ikat di Kabupaten Sikka.

Dewan Penguji

1. Pembimbing : Valentin R. G. Bella Adur, S.E., M.M.
2. Penguji I : Yohanes B.V. Lameng, S.Ds., M.M.
3. Penguji II : Eugenius Besli, S.Ak., M.Ak.

Mengetahui


.....

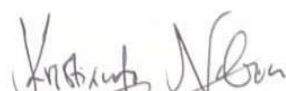
.....

.....

Rektor IFTK Ledalero


Prof. Dr. Otto Gusti Ndegong Madung

Ketua Prodi Kewirausahaan


Kristianto R. M. Nabon, S. Fil., M.A.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yohanes Maria F. Laba Kukun

NIM : 22942020028

Judul Skripsi : Pengaruh *Branding* Berbasis Budaya Lokal Terhadap Minat Beli Konsumen Tenun Ikat Di Kabupaten Sikka.

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero atau Perguruan Tinggi lain.

Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Maumere, 15 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Yohanes Maria F. Laba Kukun

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yohanes Maria F. Laba Kukun
NIM : 22942020028
Prodi : Kewirausahaan
Jenis Pendidikan : STRATA 1 (S1)
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Branding Berbasis Budaya Lokal Terhadap Minat Beli konsumen Tenun Ikat di Kabupaten Sikka.”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mauwere, 15 Mei 2026

Yang membuat pernyataan,



Yohanes Maria F. Laba Kukun

MOTO

BERSAMA TUHAN, AKU SANGGUP MELEWATINYA

“ Segala Perkara Dapat Kutanggung di Dalam Dia yang Memberi Kekuatan
Kepadaku” (Filipi 4:13).

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayah Martinus Keroko Kukun dan Ibu Lusita Tonu Belan. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, dukungan moral maupun materi, serta setiap tetes keringat dan air mata yang telah kalian persembahkan untuk keberhasilanku. Skripsi ini adalah langkah kecil untuk membalas semua pengorbanan kalian.
2. Kelima saudariku tersayang dan seluruh keluarga besarku, yang selalu menjadi penyemangat dan hiburan di saat lelah.
3. Sahabat-sahabatku seperjuangan, prodi kewirausahaan angkatan pertama. Terima kasih untuk setiap diskusi, tawa, dukungan, dan kebersamaan yang tak terlupakan.
4. Almamaterku, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, tercinta. Terima kasih telah membentuk akal, hati dan karyaku. Sepanjang hidup, jasmu akan kukenang dan kubalas dengan karya yang bermartabat.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi konsumen terhadap *branding* berbasis budaya lokal serta menganalisis pengaruhnya terhadap minat beli konsumen tenun ikat di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner kepada 96 responden yang dipilih secara *incidental sampling*. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, regresi linier sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap *branding* berbasis budaya lokal tergolong sangat baik (rata-rata 43,57 dari skor maksimal 60).

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa *branding* berbasis budaya lokal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (t hitung 27,485 > t tabel 1,985; signifikansi $0,000 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,889 menunjukkan bahwa 88,9% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh *branding* berbasis budaya lokal, sedangkan sisanya 11,1% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima. Penelitian ini merekomendasikan penguatan narasi budaya, optimalisasi perlindungan Indikasi Geografis, serta pemanfaatan platform digital untuk meningkatkan daya saing tenun ikat Sikka di pasar nasional maupun global.

Kata Kunci: *Branding* berbasis budaya lokal, minat beli, tenun ikat, Kabupaten Sikka, persepsi konsumen.

ABSTRACT

This study aims to describe consumer perceptions of local culture-based branding and analyze its influence on purchase intention of woven ikat in Sikka Regency, East Nusa Tenggara. The research employed a quantitative method with a survey approach using questionnaires distributed to 96 respondents selected through incidental sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, simple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results indicate that consumer perceptions of local culture-based branding are very good (mean 43.57 out of a maximum score of 60).

Hypothesis testing proves that local culture-based branding has a positive and significant effect on consumer purchase intention ($t\text{-count } 27.485 > t\text{-table } 1.985$; significance $0.000 < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) of 0.889 indicates that 88.9% of the variation in purchase intention can be explained by local culture-based branding, while the remaining 11.1% is influenced by other factors outside the research. Thus, the alternative hypothesis (H_a) is accepted. This study recommends strengthening cultural narratives, optimizing Geographical Indication protection, and utilizing digital platforms to enhance the competitiveness of Sikka woven ikat in both national and global markets.

Keywords: Local culture-based branding, purchasing interest, ikat weaving, Sikka Regency, consumer perception.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brandimg* Berbasis Budaya Lokal Terhadap Minat Beli Konsumen Tenun Ikat Di Kabupaten Sikka”. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik dalam meraih gelar sarjana pada program strata satu di Fakultas Teknologi Kreatif Institut Filsafat Dan Teknologi Kreatif Ledalero.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi peneliti berkat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Rektor Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, Bapak Prof. Dr. Otto Gusti Madung atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan selama menempuh pendidikan.
2. Dekan Fakultas Teknologi Kreatif, Dr. Petrus Dori, atas dukungan dan arahan selama proses perkuliahan.
3. Bapak Kristianto R. M. Naben, S.Fil.,M.A, selaku kepala program studi Kewirausahaan yang telah memberikan izin, serta kelancaran adminstrasi selama pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Valentin R. G. Bella Adur S.E.,M.M, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan saran, dan melibatkan saya sebagai asisten dalam penelitian ibu, sehingga menginspirasi lahirnya judul penelitian ini.
5. Bapak Yohanes Bastian Vestralen Lameng S.Ds.,M.M selaku dosen penguji yang sudah menguji, dan memberikan kritik, serta saran bagi penyempurnaan penelitian ini.

6. Bapa/Ibu responden yang telah berkenan mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran dan pelestarian budaya lokal, serta bagi pemangku kepentingan di Kabupaten Sikka.

Maumere, 15 Mei 2026

Peneliti

Yohanes Maria F. Laba Kukun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENERIMAAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Branding</i>	10

2.1.2 Budaya Lokal.....	16
2.1.3 Tenun Ikat	29
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	32
2.1.5 Minat Beli	38
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Pengembangan HIpotesis	49
2.4 kerangka Penelitan.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Sifat Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	53
3.2.1 Penelitian Variabel.....	53
3.2.2 Devinisi Operasional Variabel.....	53
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengaambilan Sampel	55
3.3.1 Populasi	55
3.3.2 Sample	57
3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	60
3.4.1 Sumber	60
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	61
3.5 Tempat dan Waktu Pengambilan Data	62
3.5.1 Tempat Pengambilan Data	62
3.5.2 Waktu Pengambilan Data.....	63

3.6 Pengembangan Instrumen	63
3.7 Uji Kualitas Data.....	66
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
3.8 Teknik Analisi Data.....	67
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	67
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	69
3.8.3 Uji Statistik.....	72
3.8.4 Uji Hipotesis	73
3.8.5 Koefisien Diterminasi.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Gambaran Umum Responden	76
4.1.1 Karakteristik Responden.....	76
4.2 Hasil Kualitas Data Penelitian	78
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
5.3 Keterbatasan Penelitian	99
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	45
Tabel 2. Operasional Variabel	54
Tabel 3. Bobot Nilai.....	62
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	64
Tabel 5. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan usia	77
Tabel 7. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	78
Tabel 8. Uji Validitas X dan Y.....	79
Tabel 9. Reabilitas	81
Tabel 10. Hasil uji kolmogorov-smirov	82
Tabel 11. Descriptive statistic	87
Tabel 12. Analisis Regresi Linear sederhana	88
Tabel 13. Uji T	90
Tabel 14. Hasil uji F ANOVA.....	91
Tabel 15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model summary	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian	50
Gambar 2. Histogram	83
Gambar 3. Hasil Uji Normality Probality Plot.....	84
Gambar 4. Scatterplot.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-Kisi Instrumen	105
Lampiran 2. Correlations variabel X	107
Lampiran 3. Correlations variabel Y.....	108
Lampiran 4. Histogram.....	109
Lampiran 5. Plot of regression standardized residual	109
Lampiran 6. Scatterplot	110
Lampiran 7. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	111
Lampiran 8. Descriptive Statistics.....	111
Lampiran 9. Anova	112
Lampiran 10. Hasil Tanggapan Responden	113