

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala
<i>Branding</i> berbasis budaya lokal	Identitas budaya	1. Tenun ikat khas Sikka ini menampilkan ciri khas budaya lokal yang jelas. 2. Saya dapat mengenali unsur budaya lokal dari desain atau tampilan tenun ikat khas Sikka ini. 3. Tenun ikat khas Sikka ini mencerminkan identitas budaya daerah asalnya dengan baik.	1-5
	<i>Storytelling</i> (cerita budaya)	4. Tenun ikat khas Sikka ini menyampaikan cerita atau makna budaya yang menarik. 5. Informasi tentang latar belakang budaya dari tenun ikat khas Sikka ini membuat saya lebih tertarik.	1-5
	Keaslian (<i>Authenticity</i>)	6. Tenun ikat khas Sikka ini terlihat asli dan tidak meniru produk tenun dari budaya lain. 7. Saya percaya tenun ikat khas Sikka ini dibuat dengan mempertahankan keaslian budaya lokal. 8. Tenun ikat khas Sikka ini mencerminkan keunikan budaya yang autentik.	1-5
	Nilai tradisional	9. Tenun ikat khas Sikka ini mencerminkan nilai-nilai tradisional yang masih dijaga. 10. Saya merasa tenun ikat khas Sikka ini memiliki nilai	1-5

		budaya yang penting untuk dilestarikan.	
	Diferensiasi produk	11. Tenun ikat khas Sikka ini memiliki keunikan dibandingkan produk lain yang sejenis. 12. Ciri khas motif pada tenun ikat khas Sikka ini membuatnya berbeda dari produk lainnya.	1-5
Minat Beli Konsumen	Ketertarikan	13. Saya merasa tertarik terhadap tenun ikat dari Kabupaten Sikka. 14. Tenun ikat ini mampu menarik perhatian saya dibandingkan produk lain.	1-5
	Keinginan membeli	15. Saya memiliki keinginan untuk membeli tenun ikat khas Sikka. 16. Saya berencana membeli tenun ikat khas Sikka ini dalam waktu dekat.	1-5
	Niat Mencoba	17. Saya tertarik untuk mencoba menggunakan tenun ikat khas Sikka. 18. Saya ingin mengetahui kualitas tenun ikat khas Sikka ini secara langsung.	1-5
	Niat merekomendasikan	19. Saya bersedia merekomendasikan tenun ikat khas Sikka ini kepada orang lain. 20. Saya akan menyarankan tenun ikat khas Sikka ini kepada teman atau keluarga.	1-5
	Kesediaan membayar	21. Saya bersedia membayar tenun ikat khas Sikka sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.	1-5

		22. Saya tetap bersedia membeli tenun ikat khas Sikka ini meskipun harganya lebih tinggi.	
--	--	---	--

Lampiran 2

Correlations variabel X

Correlations													
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	Branding berbasis budaya lokal
X1													
Pearson Correlation	1	.827**	.727**	.606**	.692**	.776**	.740**	.611**	.826**	.749**	.736**	.695**	.911**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X2													
Pearson Correlation	.827**	1	.763**	.614**	.662**	.761**	.718**	.559**	.804**	.679**	.688**	.669**	.887**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X3													
Pearson Correlation	.727**	.763**	1	.569**	.608**	.708**	.661**	.520**	.774**	.604**	.567**	.537**	.817**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X4													
Pearson Correlation	.606**	.614**	.569**	1	.523**	.589**	.573**	.338**	.582**	.629**	.463**	.506**	.706**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X5													
Pearson Correlation	.692**	.662**	.608**	.523**	1	.710**	.610**	.516**	.728**	.663**	.577**	.539**	.793**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X6													
Pearson Correlation	.776**	.761**	.708**	.589**	.710**	1	.675**	.582**	.818**	.790**	.676**	.651**	.884**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X7													
Pearson Correlation	.740**	.718**	.661**	.573**	.610**	.675**	1	.660**	.740**	.625**	.577**	.633**	.831**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X8													
Pearson Correlation	.611**	.559**	.520**	.338**	.516**	.582**	.660**	1	.538**	.593**	.643**	.637**	.725**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X9													
Pearson Correlation	.826**	.804**	.774**	.582**	.728**	.818**	.740**	.538**	1	.709**	.635**	.600**	.889**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X10													
Pearson Correlation	.749**	.679**	.604**	.629**	.663**	.780**	.625**	.593**	.709**	1	.662**	.667**	.845**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X11													
Pearson Correlation	.736**	.688**	.567**	.463**	.577**	.676**	.577**	.643**	.635**	.652**	1	.755**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X12													
Pearson Correlation	.695**	.669**	.537**	.506**	.539**	.651**	.633**	.637**	.600**	.667**	.755**	1	.793**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
Branding berbasis budaya lokal													
Pearson Correlation	.911**	.887**	.817**	.709**	.793**	.884**	.831**	.725**	.889**	.845**	.801**	.793**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

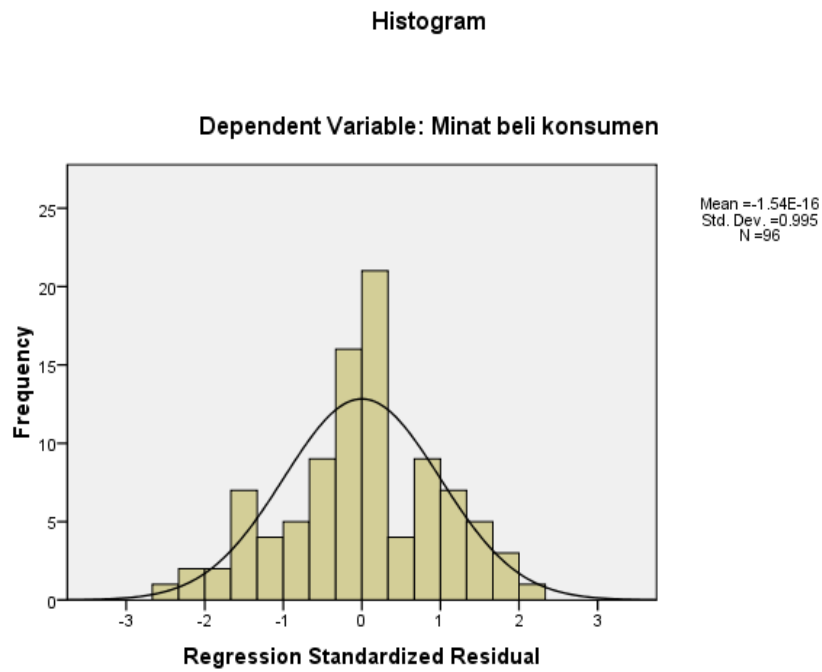
Lampiran 3

Correlations variabel Y

Correlations												
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Minat beli konsumen
Y1	Pearson Correlation	1	.756**	.904**	.884**	.828**	.803**	.739**	.789**	.857**	.577**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y2	Pearson Correlation	.756**	1	.769**	.744**	.821**	.816**	.776**	.777**	.774**	.729**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y3	Pearson Correlation	.904**	.769**	1	.733**	.821**	.785**	.722**	.782**	.875**	.666**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y4	Pearson Correlation	.884**	.744**	.733**	1	.678**	.700**	.726**	.729**	.741**	.729**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y5	Pearson Correlation	.828**	.821**	.821**	.678**	1	.882**	.814**	.848**	.883**	.701**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y6	Pearson Correlation	.803**	.816**	.785**	.700**	.882**	1	.806**	.858**	.876**	.674**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y7	Pearson Correlation	.739**	.776**	.722**	.726**	.814**	.806**	1	.836**	.740**	.679**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y8	Pearson Correlation	.789**	.777**	.782**	.729**	.848**	.858**	.836**	1	.801**	.651**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y9	Pearson Correlation	.857**	.774**	.875**	.741**	.883**	.876**	.740**	.801**	1	.756**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y10	Pearson Correlation	.577**	.729**	.666**	.729**	.701**	.674**	.679**	.651**	.756**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Minat beli konsumen	Pearson Correlation	.895**	.893**	.903**	.833**	.930**	.924**	.884**	.907**	.930**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

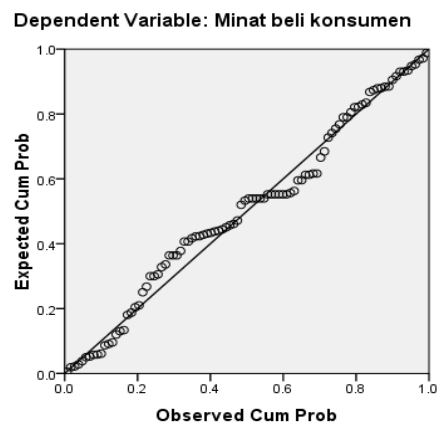
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 4



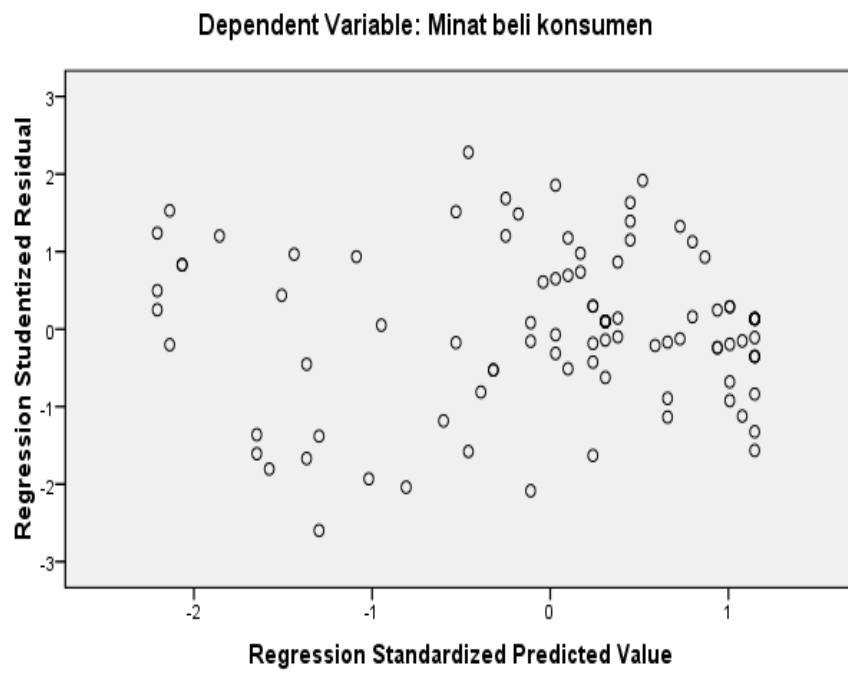
Lampiran 5

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 6

Scatterplot



Lampiran 7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.15028204
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.081
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.815
Asymp. Sig. (2-tailed)		.519
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran 8

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Branding berbasis budaya lokal	96	12.00	60.00	43.5729	14.31212
Minat beli konsumen	96	10.00	50.00	35.9479	12.47597
Valid N (listwise)	96				

Lampiran 9

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat beli konsumen * Branding berbasis budaya lokal	Between Groups	(Combined)	14252.000	39	365.436	38.270	.000
		Linearity	13150.380	1	13150.380	1.377E3	.000
		Deviation from Linearity	1101.620	38	28.990	3.036	.000
	Within Groups		534.740	56	9.549		
	Total		14786.740	95			

Lampiran 10

Hasil Tanggapan Responden

Jenis Kelamin	USIA	Pekerjaan	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	TOTAL
Perempuan	>55 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	107
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
Perempuan	28-35 tahun	Karyawan swasta	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	107
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	90
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	108
Perempuan	28-35 tahun	Dosen	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	99
Perempuan	36-45 tahun	PNS/TNI/POLRI	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	34
Perempuan	28-35 tahun	Kariawan swasta	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswa	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	38
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	108
Laki-laki	28-35 tahun	Mahasiswa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	25
Laki-laki	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	100
Laki-laki	28-35 tahun	Wiraswasta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	101
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	97
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	86
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	90
Perempuan	28-35 tahun	Swasta	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	91
Perempuan	36-45 tahun	PNS/TNI/POLRI	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	1	3	1	3	1	3	3	3	1	4	40
Perempuan	36-45 tahun	PPPK (Guru)	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	1	3	3	5	3	3	1	87
Perempuan	>55 tahun	P3K ASN	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	105
Perempuan	36-45 tahun	PNS/TNI/POLRI	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	3	2	4	5	5	5	5	2	93
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Laki-laki	28-35 tahun	Mahasiswa	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	105

Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	4	2	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	1	3	3	4	4	3	2	70
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	103
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswa	1	2	5	4	1	2	3	1	1	2	5	4	1	1	3	2	3	2	1	3	5	5	57
Perempuan	36-45 tahun	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	92
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswa	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
Laki-laki	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	2	5	5	4	4	5	2	81
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswa	5	1	3	3	2	3	5	4	3	4	2	2	3	2	3	1	2	1	3	3	2	1	58
Perempuan	>55 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	91
Laki-laki	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	98
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	3	2	2	3	4	1	5	1	4	2	3	2	3	2	4	1	4	1	1	1	3	4	56
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	1	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
Perempuan	28-35 tahun	Guru	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	102
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	87
Laki-laki	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	28
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
Laki-laki	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	1	3	1	4	1	1	1	4	5	4	3	3	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	71
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	24
Perempuan	28-35 tahun	MAHASISWA	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2	5	2	5	5	2	2	92
Perempuan	28-35 tahun	Biarawati	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	83
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	3	3	2	2	1	1	3	3	1	2	1	1	5	1	5	4	1	1	1	2	3	2	48
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	105
Laki-laki	28-35 tahun	Jurumudi	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
Perempuan	36-45 tahun	Ibu Rumah Tangga	3	4	3	5	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	75
Perempuan	28-35 tahun	Mahasiswi	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
Perempuan	28-35 tahun	Guru	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	103
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Perempuan	28-35 tahun	PNS/TNI/POLRI	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	106
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
Perempuan	28-35 tahun	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	106
Perempuan	28-35 tahun	Wiraswasta/Pedagang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	108