

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dari latar belakang dan deskripsi teori yang telah dipaparkan di atas maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pendekatan- pendekatan yang dikembangkan dalam ilmu pengetahuan alam, dan kini digunakan secara luas dalam penelitian ilmu sosial.¹⁸

Metode yang digunakan yaitu dengan metode survei, yaitu metode yang penggunaannya sebagai kategori umum dalam penelitian yang langsung menggunakan kuesioner dan wawancara. Survei dalam penelitian ini dilakukan dalam sebuah sampel yang diambil dari suatu populasi pengrajin dan penjual sangkar ukir di Kabupaten Jepara. Pengumpulan data dengan menggunakan beberapa pertanyaan tersusun dalam suatu daftar pertanyaan kuesioner.

B. Definisi Konseptual

Variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.¹⁹ Pada penelitian ini ada dua variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas atau variabel independen (Penggunaan Media Sosial *Facebook*) dan variabel terikat atau variabel dependen (Penjualan). Dari variabel tersebut maka akan diambil indikator untuk memudahkan

¹⁸ Jane Stokes, *Panduan untuk melaksanakan Penelitian dalam Kajian Media dan Budaya*, (Yogyakarta: Benteng Pustaka, 2006), hlm. 11.

¹⁹ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metode Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 30.

pembuatan angket (kuesioner) yang akan dibagikan kepada para responden. Adapun dalam landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya adalah teori *use and gratification* untuk variabel independen (X) dan teori promosi penjualan (*sales promotion*) untuk variabel dependen (Y).

C. Definisi Operasional

Pada penelitian ini ada dua variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas (Penggunaan media sosial *facebook*) dan variabel terikat (Penjualan). Dari variabel tersebut maka akan diambil indikator untuk memudahkan pembuatan angket (kuesioner) yang akan dibagikan kepada para responden.

Indikator dari variabel independen dan dependen dapat diketahui dengan menemukan teori penggunaan media sosial *facebook* dan teori *Penjualan*. Adapun dalam landasan teori yang sudah dijelaskan sebelumnya adalah teori *use and gratification* untuk variabel independen (X) dan teori *sales promotion* (promosi penjualan) untuk variabel dependen (Y). Berikut adalah operasional dua variabel media sosial *facebook* dan variabel penjualan.

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Media Sosial <i>Facebook</i> (X)	1. Informasi	<p>1. Mencari berita baru di <i>facebook</i></p> <p>2. Cara menggunakan fitur-fitur <i>facebook</i> untuk mencari informasi</p> <p>3. Tujuan penggunaan fitur-fitur <i>facebook</i></p>	
	2. Interaksi sosial	<p>1. Kebutuhan untuk berinteraksi di <i>facebook</i></p> <p>2. Memperoleh pertemanan di <i>facebook</i></p> <p>3. Memungkinkan untuk mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki di <i>facebook</i>.</p>	
	3. Identitas pribadi	1. <i>Facebook</i> sebagai identifikasi diri	

		2. Menguatkan nilai-nilai individu di <i>facebook</i>	
	4. Hiburan	1. Bermain fitur dan fasilitas di <i>facebook</i> 2. Penyaluran emosi di <i>facebook</i>	
Penjualan (Y)	1. Sampel	1. Membuat produk untuk di promosikan untuk di uji coba	
	2. <i>Dicount</i>	1. Memberikan label produk atau ciri hasil produksi pribadi milik pribadi.	
	3. Bonus	1. Potongan harga untuk pembelian berlangganan dan untuk di jual kembali kepada konsumen. 2. Bonus jika pelanggan setia berlangganan.	Likert
	4. Promosi	1. Rutin memposting produk ke akun pribadi atau ke grup-grup komunitas. 2. Pengunggahan foto dan	

		postingan dalam promosi di <i>facebook</i>	
--	--	---	--

Tabel 3.1

Operasional Variabel

D. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang diperoleh.²⁰ Dalam penelitian tentang pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara peneliti menggunakan dua sumber data yaitu kuesioner sebagai sumber data utama (primer) dan observasi sebagai sumber data pendukung (sekunder).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam sebuah penelitian kuantitatif tentunya terdapat populasi dan sampel. Yang di sebut populasi adalah jumlah keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup, dan sebagainya. Sedangkan menurut Sugiyono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

²⁰ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), hlm. 129.

kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk mengetahui jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, maka harus mengetahui jumlah dari populasi responden.²¹

Populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin sangkar ukir sekaligus penjual dan penjual sangkar ukir saja yang ada di Kabupaten Jepara berjumlah 67. Adapun jumlah pengrajin sangkar ukir sekaligus penjual berjumlah 18 orang yang terdiri : Kiswantoro, Syaifin Nuha, Manto, Hery Setiawan, Misbakhul Munir, Gito, Ulil Albab, Sadam, Bendol Sangkar, Dyunk, Prabudi, Arif, Edi, Wasono, Adi, Khoirul Aziz, Angga, dan Rif'an. Sedangkan yang penjualnya saja berjumlah 49 orang yang terdiri : Rofik, Salemo, Didin, Anton, Angga, A'ul, Rifai, Hadi, Toni, Gepeng, Dedy, Rilo, Adi Maskat, Eko, Muallimin, Syaiful Ma'arif, Prista, Sunoto, Novan, Yanto, Farid, Sumaji, Abdul Aziz, Shofi, Wawan, Anjar, Juliansyah, Angga T, Deni, Chunawar, Miko, Afif, Ridwan, Puji, Amin Sholeh, David, Arie, Fikri, Umam, Abiem, Arud, Khohar, Deni Kukuh, Bayu, Indra, Didik, Gufron, Dullah, dan Ochem. Data ini diambil dari anggota yang sudah terdaftar di PCMI Chapter Jepara dan data ini hasil wawancara dari ketua Chapter.

2. Sampel

Sampel adalah produk dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang

²¹ Sa'idah Nusrotus, *Statistik Penelitian*, (Yogyakarta : Diandra Kreatif, 2017), hlm. 106.

dikehendaki dari suatu populasi. Sedangkan menurut Frankel sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diteliti serta dapat menggambarkan karakteristiknya.²²

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *total sampling*. *Total sampling* adalah sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan jika dianggap kecil atau kurang dari 100.

Hal ini mengacu pada pendapat Prof. Dr. Sugiyono bahwa sampel penelitian diperoleh bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dan menggunakan tingkat kesalahan 5%. Jumlah populasi relatif kecil yaitu dengan membuat generalisasi kesalahan yang sangat kecil.

Adapun dalam penelitian ini populasi yang dijadikan sampel adalah sebagai berikut :

No.	Populasi	Jumlah
1.	Pengrajin sekaligus Penjual	18 orang
2.	Penjual	49 orang
Jumlah keseluruhan		67 orang

Tabel 3.2

Penarikan Sampel

²² Sa'idah Nusrotus, *Statistik Penelitian*, (Yogyakarta : Diandra Kreatif, 2017), hlm. 107

Jadi, sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah pengrajin sekaligus penjual yaitu 18 orang dan penjualnya saja 49 orang. Kuesioner akan dibagikan kepada 67 orang yaitu pengrajin sekaligus penjual dan penjualnya saja yang ada di Kabupaten Jepara dan menggunakan *facebook* dalam penjualan sangkar ukir.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data peneliti menggunakan dengan beberapa metode yaitu :

1. Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat sistematis gejala-gejala yang akan diselidiki.²³

Observasi dilakukan untuk memperoleh data tentang pengaruh media sosial *facebook* dengan cara mengamati bagaimana pengrajin dan penjual sangkar ukir menggunakan *facebook* dalam penjualannya serta efek yang ditimbulkan dalam melakukan promosi penjualan melalui media sosial *facebook* yang dilakukan di lokasi penelitian yaitu di Kabupaten Jepara.

²³ Jonathan Sarwono, *Metode penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), hlm. 142.

2. Wawancara

Wawancara merupakan tanya jawab dalam sebuah penelitian berlangsung secara langsung antara dua orang atau lebih untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.²⁴

Penelitian ini menggunakan metode wawancara yang dilakukan adalah wawancara non-formal atau bebas, yaitu pewawancara bebas menanyakan apa saja kepada responden, dengan memerhatikan bahwa pertanyaan itu berhubungan dengan data-data yang ingin dikumpulkan.

Hasil wawancara dari Kiswantoro mengatakan bahwa pengaruh facebook sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan sangkar ukirnya. Karena tempat yang sangat jauh dari jangkauan pembeli ia merasa terbantu dengan media sosial facebook karena pemasarannya yang luas sampai keluar kota.

3. Kuesioner

Selain metode wawancara, peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang berisi beberapa pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan jawaban sesuai dengan permintaan.²⁵

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*,(Bandung:CV. Alfabeta,2013), hlm,231.

²⁵ Walgito, Bimo, *Psikologi Sosial Sebagai Pengantar*,(Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 60.

Sedangkan menurut Walgito Bimo Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang yang diselidiki.

Adapun pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada pengrajin dan penjual sangkar ukir berasal dari indikator masing-masing variabel. Kuesioner dibuat secara tertutup dimana setiap pertanyaan memiliki nilai alternatif jawaban sebagai berikut :

No.	Pernyataan	Nilai
1.	SS (Sangat Setuju)	5
2.	S (Setuju)	4
3.	RG (Ragu-Ragu)	3
4.	TS (Tidak Setuju)	2
5.	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Tabel 3.3

Pemberian Skor Nilai Kuesioner

Adapun responden yang akan diberikan kuesioner adalah para pengrajin sekaligus penjual sangkar ukir dan yang hanya penjualnya saja yang beradai di Kabupaten Jepara yang menggunakan media sosial *facebook* dalam penjualan sangkar ukir.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang diungkapkan melalui kata-kata misalnya ; setuju, sangat setuju, tidak pasti, tidak setuju, sangat tidak setuju.²⁶

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas adalah aspek kecermatan pengukuran yang mendeteksi perbedaan kecil yang ada pada atribut yang diukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui korelasi pada angket yang digunakan dalam penelitian.

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan menggunakan program IBM SPSS Statistics 25. Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan terhadap 67 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Item Total Correlation*) $>$ r tabel sebesar 0,244, untuk $df = 67-2 = 65$; $\alpha = 0,05$ maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya.

Hasil tersebut didapatkan angka 65 dengan kesalahan 0,5. Angka tersebut dapat dijadikan acuan untuk mengetahui r tabel.

Adapun untuk mengetahui nilai r tabel, maka dapat dilihat apada gambar r tabel sebagai berikut :

²⁶Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2009), hlm. 83.

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% Dan 1%					
N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Gambar 3.1

R Tabel.

Berikut tabel hasil uji validitas variabel penggunaan media sosial *facebook* (X) :

X8	Pearson Correlation	-.025	.238	.238	.088	.115	.319*	.343**	1	.584**	.206	.262*	.566**
	Sig. (2-tailed)	.838	.053	.053	.480	.355	.008	.004		.000	.095	.032	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X9	Pearson Correlation	.030	.200	.200	.267*	-.015	.296*	.016	.584**	1	.282*	-.044	.526**
	Sig. (2-tailed)	.811	.104	.104	.029	.903	.015	.895	.000		.021	.721	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X10	Pearson Correlation	.358*	.209	.209	.167	.241*	.444*	.239	.206	.282*	1	.122	.622**

	Sig. (2- tailed)	.003	.089	.089	.178	.049	.000	.052	.095	.021		.325	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
X11	Pearson Correlation	.248*	.427*	.427*	-.005	.130	.321*	.602	.262	-	.122	1	.419
			*	*			*	**	*	.044			**
	Sig. (2- tailed)	.043	.000	.000	.970	.295	.008	.000	.032	.721	.325		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
Total _X	Pearson Correlation	.494*	.638*	.638*	.508*	.543*	.673*	.513	.566	.526	.622	.419	1
		*	*	*	*	*	*	**	**	**	**	**	**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67	67
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).													
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).													

Tabel 3.4**Hasil Uji Validitas Variabel Correlation Penggunaan Media Sosial*****Facebook (X)***

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan. Jika r hitung (item total correlation) $>$ r tabel (0,244) maka item pertanyaan valid.

Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
X1	0,494	0,244	000	Valid
X2	0,638	0,244	000	Valid
X3	0,638	0,244	000	Valid
X4	0,508	0,244	000	Valid
X5	0,543	0,244	000	Valid
X6	0,673	0,244	000	Valid
X7	0,513	0,244	000	Valid
X8	0,566	0,244	000	Valid
X9	0,526	0,244	000	Valid
X10	0,622	0,244	000	Valid
X11	0,419	0,244	000	Valid

Tabel 3.5**Tabel Pernyataan Uji Validitas Variabel X**

Adapun tabel hasil uji validitas correlation variabel tingkat penjualan (Y) adalah sebagai berikut :

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_ Y
Y1	Pearson Correlation	1	.849**	.849**	.246*	.469**	.550**	.607**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.045	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y2	Pearson Correlation	.849**	1	1.000**	.193	.359**	.513**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.117	.003	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y3	Pearson Correlation	.849**	1.000**	1	.193	.359**	.513**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.117	.003	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y4	Pearson Correlation	.246*	.193	.193	1	.389**	.308*	.415**
	Sig. (2-tailed)	.045	.117	.117		.001	.011	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67

Y5	Pearson Correlation	.469**	.359**	.359**	.389**	1	.710**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.001		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y6	Pearson Correlation	.550**	.513**	.513**	.308*	.710**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Total_Y	Pearson Correlation	.607**	.584**	.584**	.415**	.574**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								



Tabel 3.6

Tabel Hasil Uji Variabel Correlation Tingkat Penjualan (Y)

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini. Jika r hitung (item total correlation) $>$ r tabel maka item pertanyaan valid.

Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Nilai Sig.	Keputusan
Y1	0,607	0,244	000	Valid
Y2	0,584	0,244	000	Valid
Y3	0,584	0,244	000	Valid
Y4	0,415	0,244	000	Valid
Y5	0,574	0,244	000	Valid
Y6	0,694	0,244	000	Valid

Tabel 3.7

Tabel Pernyataan Uji Validitas Variabel Y

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pertanyaan untuk variabel tentang tingkat penjualan sangkar ukir (Y) memiliki status valid, karena nilai r hitung > dari r tabel sebesar 0,244.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket yang dilakukan peneliti. Uji reliabilitas dalam penelitian ini mengacu pada nilai *Cronbach's Alpha If Item Deleted* dalam tabel uji reliabilitas.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah jika nilai *cronbach's alpha* > 60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten. Akan tetapi bila nilai *cronbach's alpha* <60, maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

Berikut adalah tabel uji reliabilitas variabel pengaruh media sosial *facebook* (X) :

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	11

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	37.88	30.804	.385	.769
X2	38.01	29.257	.572	.752
X3	38.01	29.257	.572	.752
X4	37.87	30.785	.336	.774
X5	38.16	29.685	.381	.770
X6	38.07	27.919	.562	.748

X7	38.27	28.987	.446	.762
X8	38.12	29.167	.432	.764
X9	38.34	29.956	.314	.779
X10	38.37	27.904	.433	.765
X11	38.28	28.873	.419	.766

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas Penggunaan Media Sosial *Facebook*

Berdasarkan tabel diatas, kolom untuk *Cronbach's Alpha If Item Deleted* untuk kesebelas item soal adalah $0,781 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa kesebelas item pernyataan yang terangkum dalam kuesioner adalah reliable.

Adapun hasil tabel uji reliabilitas untuk variabel penjualan (Y) :

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.843	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21.13	9.815	.766	.795
Y2	20.99	9.682	.736	.797
Y3	20.99	9.682	.736	.797
Y4	21.46	10.737	.330	.880
Y5	21.37	9.419	.599	.823
Y6	21.22	9.298	.685	.804

Tabel 3.9

Hasil Uji Reliabilitas variabel Penjualan (Y)

Berdasarkan tabel diatas, untuk kolom *Cronbach's Alpha If Item Deleted* untuk keenam item soal adalah $0,843 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa keenam item pernyataan yang terangkum dalam kuesioner tersebut adalah reliabel.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan pencarian data yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Analisis data ini termasuk proses lanjutan dari proses pengolahan data dalam menafsirkan data,

dan menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap pengelolaan data.

Untuk mengetahui adanya pengaruh antara dua variabel yaitu variabel independen terhadap variabel dependen maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi *produk moment* untuk mencari adanya koefisien korelasi antar variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

Adapun dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 20 dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

27

Pada penelitian ini analisis korelasi *product moment correlation* digunakan untuk menemukan variabel independen (X1 = penggunaan media sosial *facebook*), dengan variabel dependen (Y = tingkat penjualan) mengenai ada tidaknya hubungan diantara keduanya.

²⁷*Ibid.*, hlm. 207.