

BAB V

ANALISIS DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian

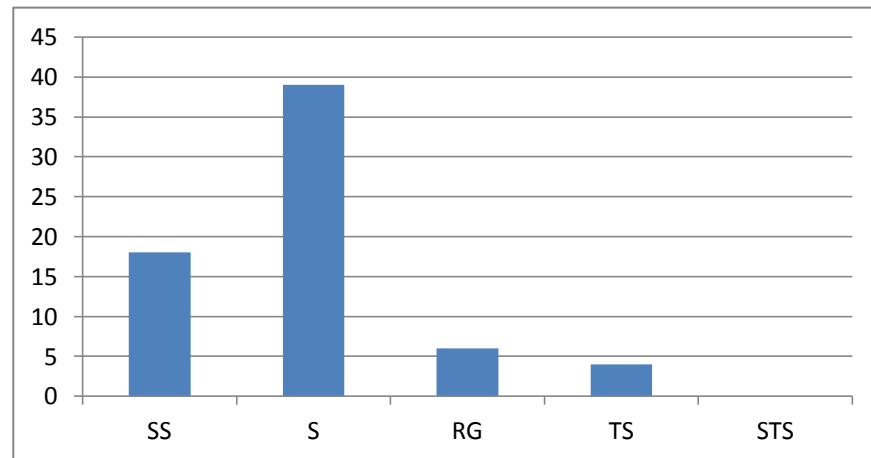
Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Use and gratification* untuk variabel media sosial *facebook* dan *sales promotion* untuk variabel tingkat penjualan sangkar Ukir.

Berdasarkan data yang didapatkan, peneliti menggunakan teknik *total sampling*. *Total sampling* ini adalah semua yang menjadi populasi dijadikan sampel. Maka sampel data diambil semua untuk dijadikan sampel. Populasi berjumlah 67 orang, dan semua kuesioner diberikan semua kepada 67 responden untuk mengukur dan mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Pada penelitian ini analisis *product moment* digunakan untuk menghitung kuesioner yang dibagikan kepada responden berdasarkan jawaban yang mengarah pada penggunaan media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara.

1. Data Penelitian

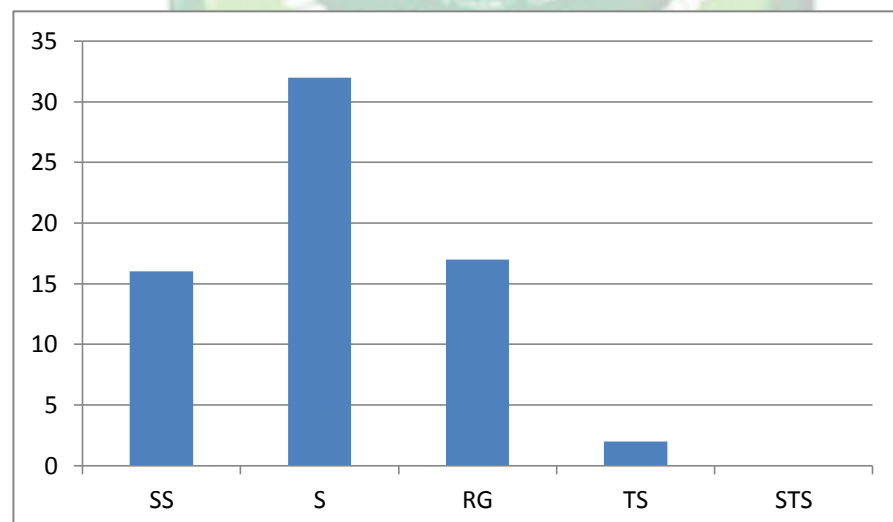
Berikut adalah hasil perolehan berdasarkan dari penyebaran kuesioner dengan menggunakan indikator *Use and Gtatification* dan *sales promotion* :



Gambar 5.1

Diagram Menggunakan Media Sosial *Facebook* untuk Mencari Berita Baru.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 18 orang, jawaban setuju 39 orang, ragu-ragu 6, tidak setuju 4, dan sangat tidak setuju 0.



Gambar 5.2

Diagram Menggunakan Fitur-Fitur *Facebook* untuk Mencari Informasi Penting.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan fitur-fitur *facebook* untuk mencari informasi penting adalah 16 orang, jawaban setuju 32 orang, ragu-ragu 17 orang, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.

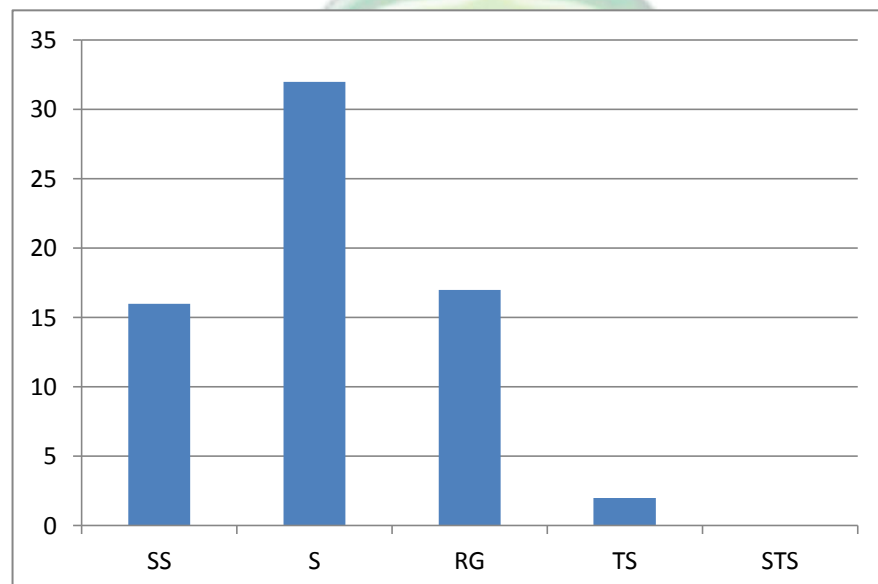
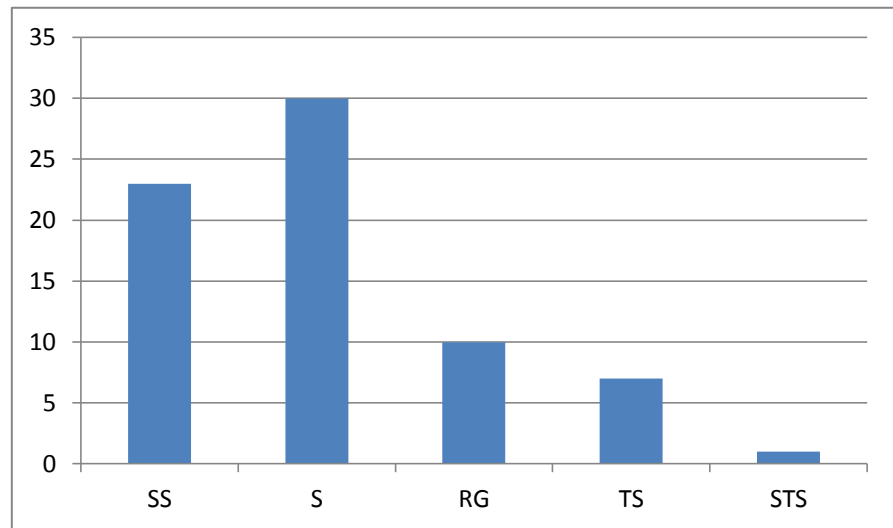
**Gambar 5.3**

Diagram Memainkan Fitur-Fitur yang Ada di *Facebook*.

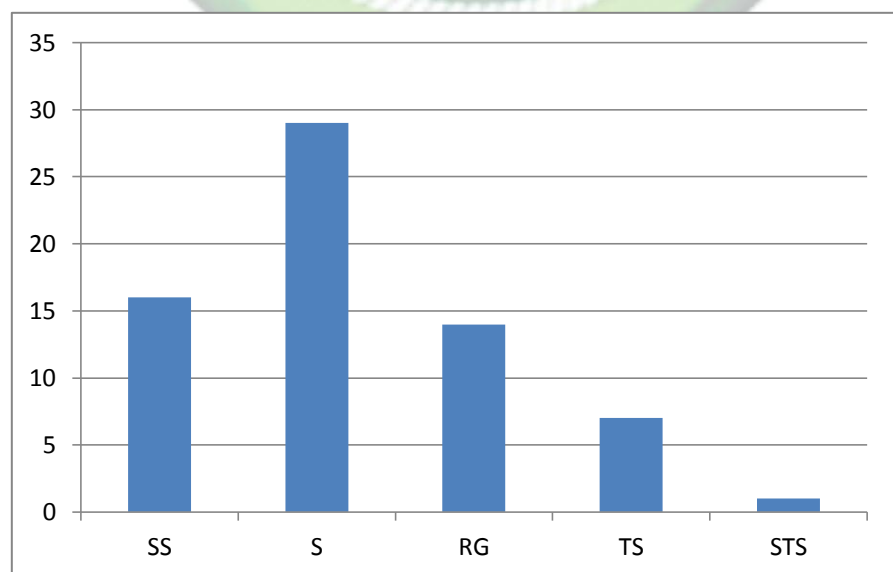
Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 16 orang, jawaban setuju 32 orang, ragu-ragu 17 orang, tidak setuju 2, dan sangat tidak setuju 0.



Gambar 5.4

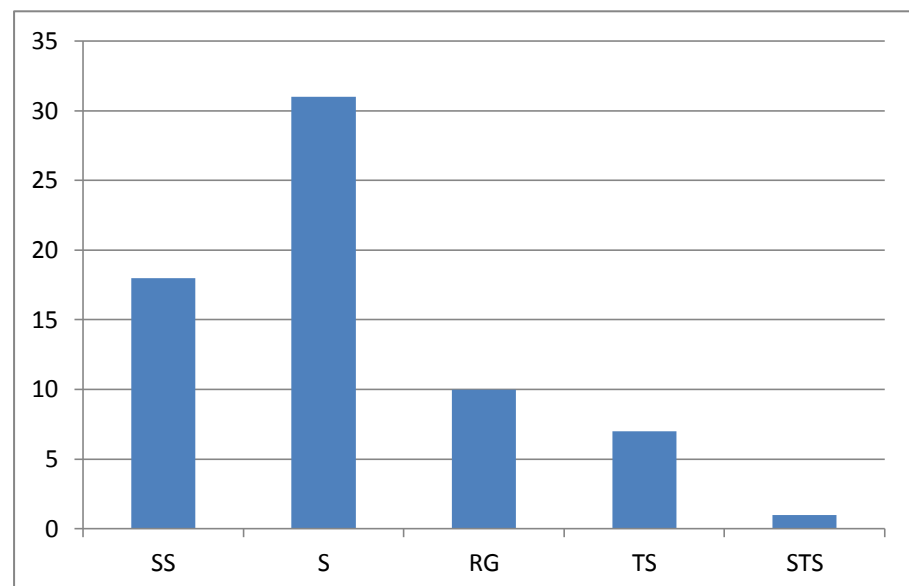
Diagram Mengomentari Status Orang Lain.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 23, jawaban setuju 30 orang, ragu-ragu 10 orang, tidak setuju 4 orang, dan sangat tidak setuju 0.

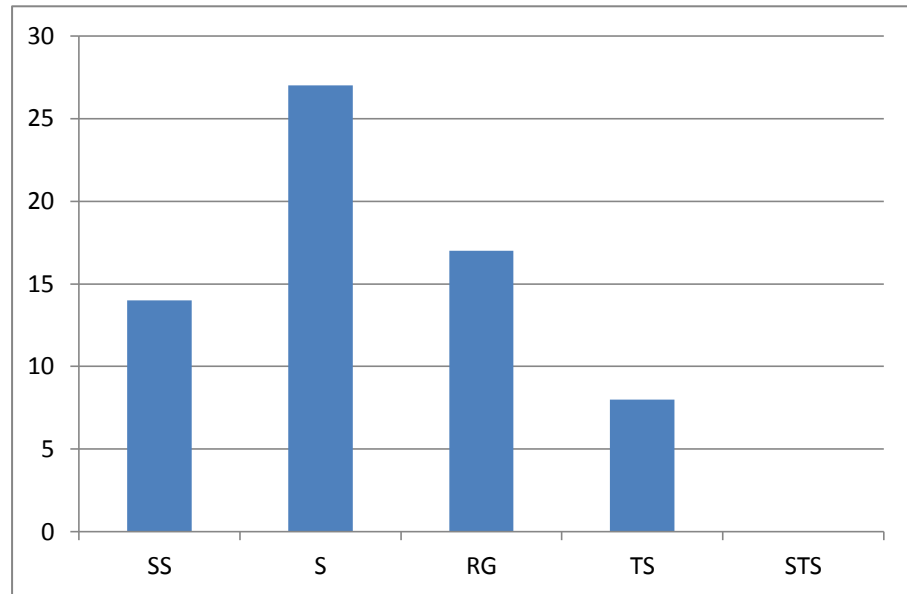


Gambar 5.5**Diagram Menambah dan Menerima Pertemanan di *Facebook***

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 16 orang, jawaban setuju 29 orang, ragu-ragu 14 orang, tidak setuju 7 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

**Gambar 5.6****Diagram Mengunggah Foto Profil di Akun *Facebook*.**

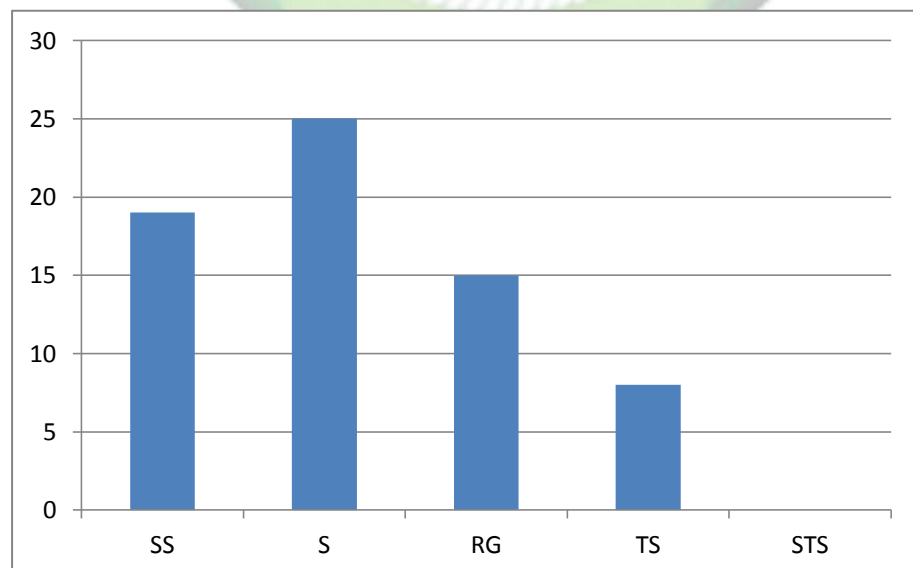
Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 18 orang, jawaban setuju 31 orang, ragu-ragu 10 orang, tidak setuju 7 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.



Gambar 5.7

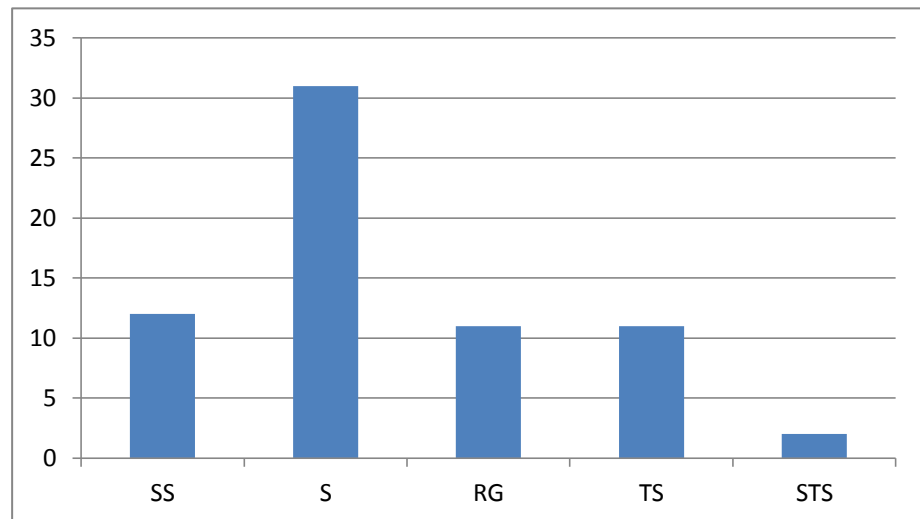
Diagram Mengunggah Foto Aktivitas Saya di *Facebook*

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 14 orang, jawaban setuju 27 orang, ragu-ragu 17 orang, tidak setuju 8 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

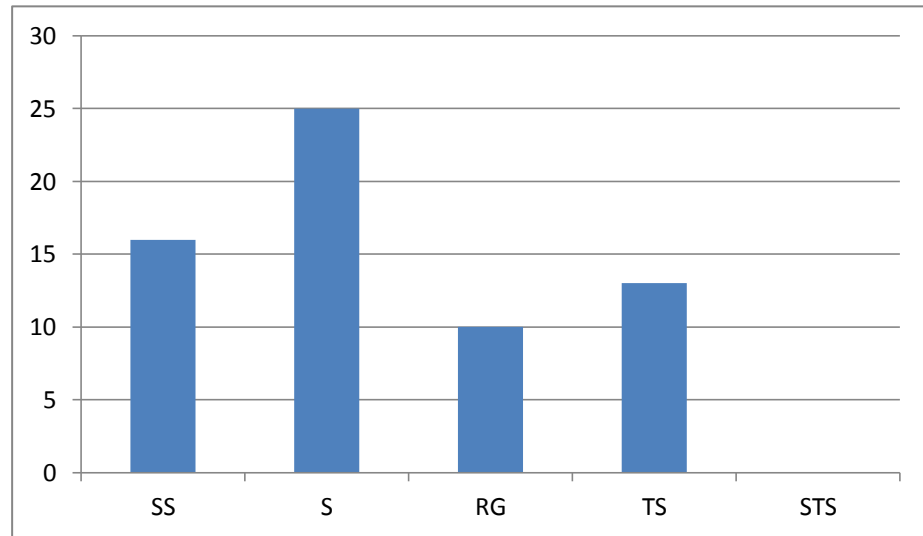


Gambar 5.8**Diagram Membuat Halaman di *Facebook*.**

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 19 orang, jawaban setuju 25 orang, ragu-ragu 15 orang, tidak setuju 8 orang, dan sangat tidak setuju 0.

**Gambar 5.9****Diagram Membuat Status Saat Bermain *Facebook***

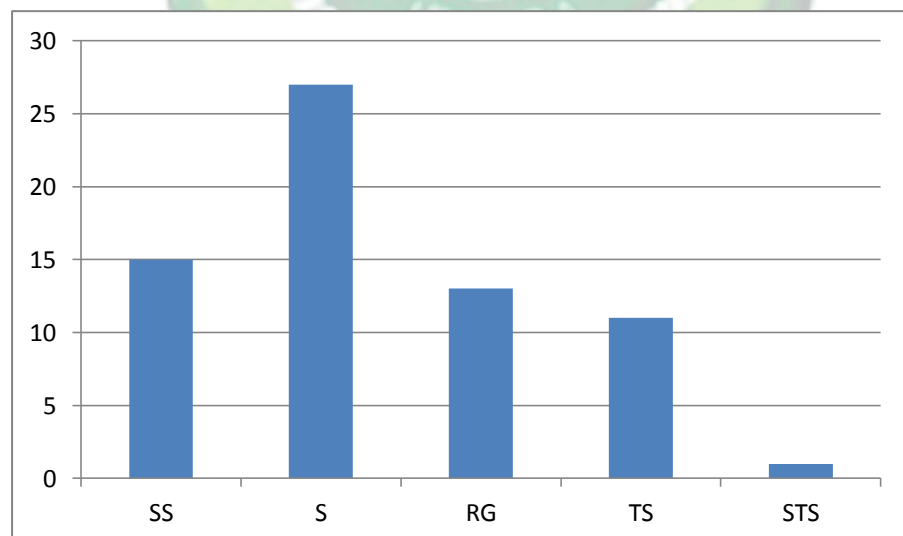
Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 12 orang, jawaban setuju 31 orang, ragu-ragu 11 orang, tidak setuju 11 orang, dan sangat tidak setuju 2 orang.



Gambar 5.10

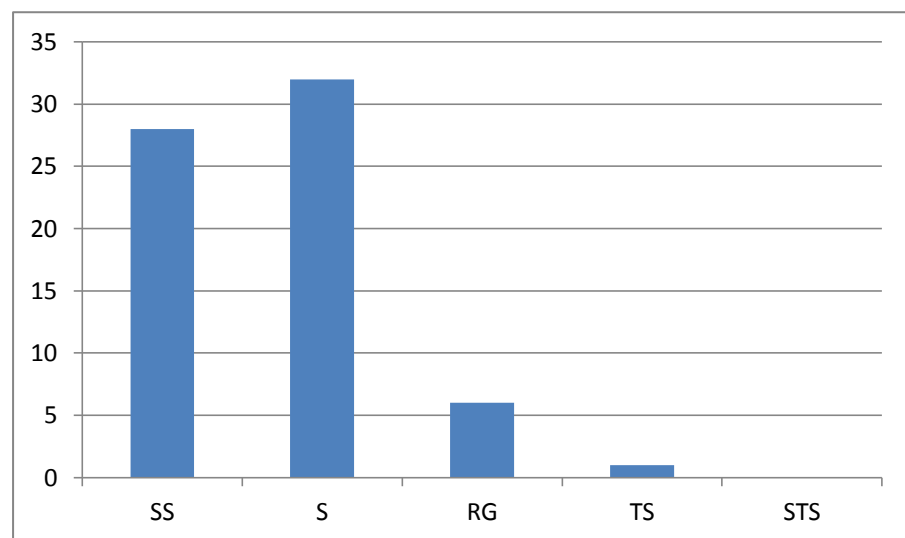
Diagram Membalas Komentar Orang Lain.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 16 orang, jawaban setuju 25 orang, ragu-ragu 10 orang, tidak setuju 13 orang, dan sangat tidak setuju 3 orang.

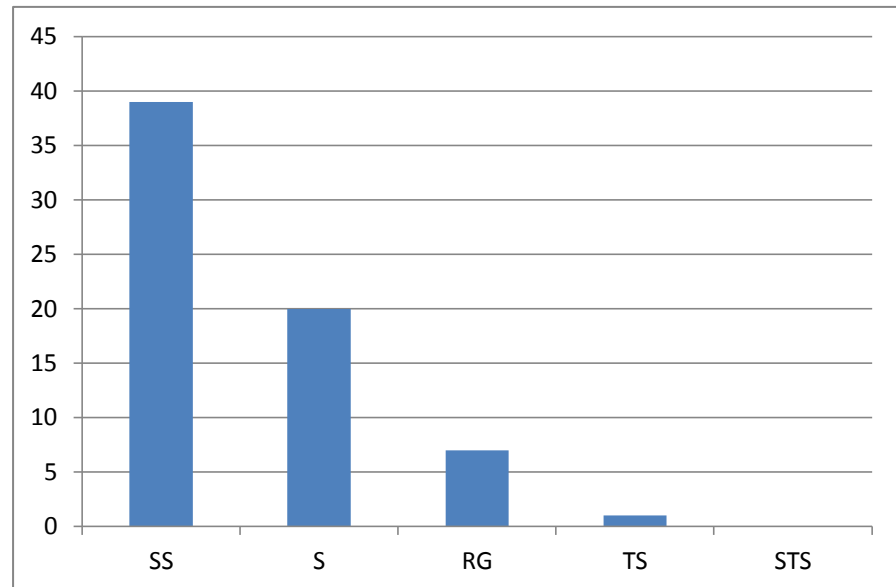


Gambar 5.11**Diagram Mencurahkan Perasaan atau Emosi di *Facebook*.**

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 15, jawaban setuju 27 orang, ragu-ragu 13 orang, tidak setuju 11 orang, dan sangat tidak setuju 1 orang.

**Gambar 5.12****Diagram Membuat Produk Baru.**

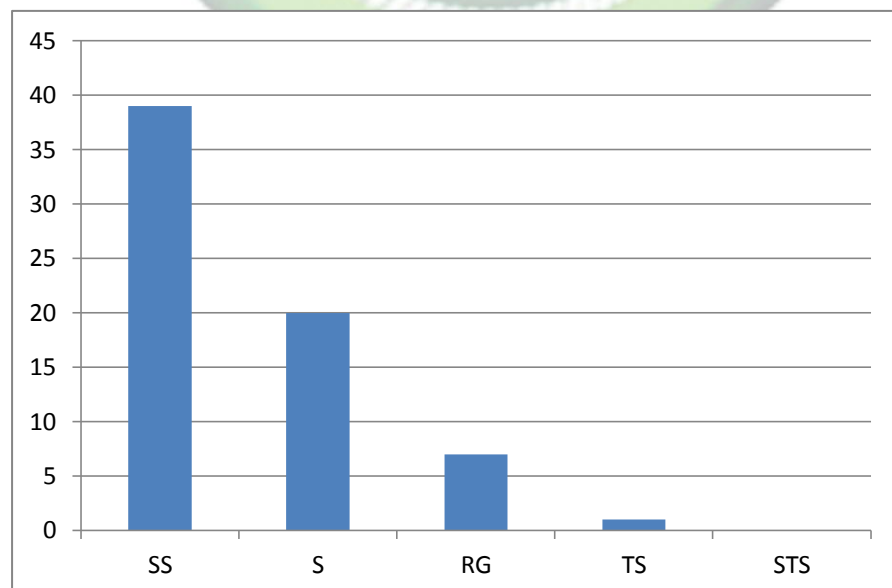
Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 28, jawaban setuju 32 orang, ragu-ragu 6 orang, tidak setuju 1 orang, dan sangat tidak setuju 0.



Gambar 5.13

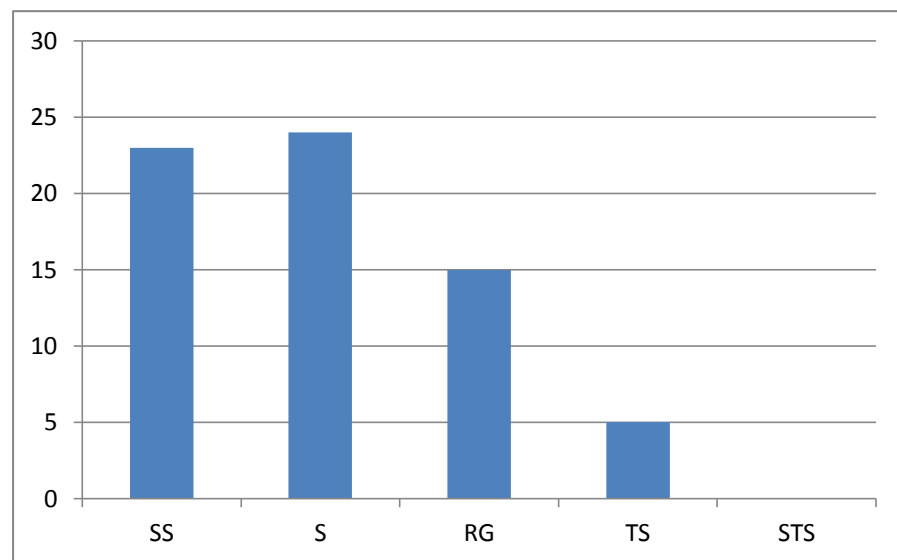
Diagram Memberikan Potongan Harga kepada Pelanggan.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 39, jawaban setuju 20 orang, ragu-ragu 7 orang, tidak setuju 1 orang, dan sangat tidak setuju 0.

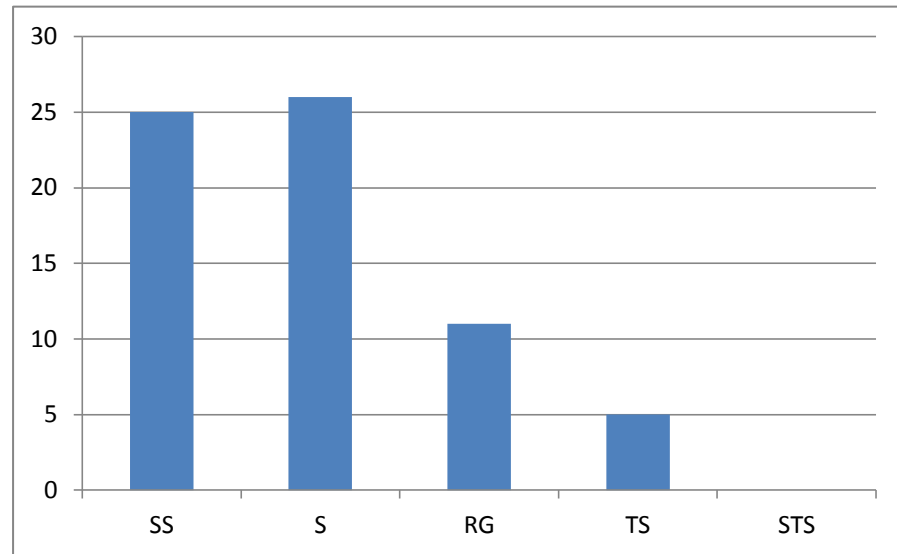


Gambar 5.14**Diagram Memberikan Bonus kepada Pelanggan.**

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 39, jawaban setuju 20 orang, ragu-ragu 7 orang, tidak setuju 1 orang, dan sangat tidak setuju 0.

**Gambar 5.15****Diagram Selalu Memposting dan Mengunggah Foto Produk.**

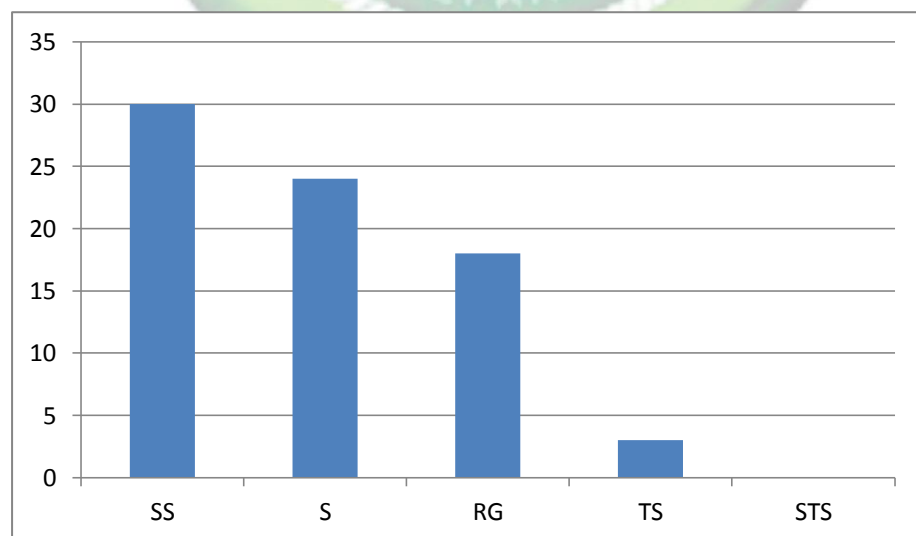
Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 23, jawaban setuju 24 orang, ragu-ragu 15 orang, tidak setuju 5 orang, dan sangat tidak setuju 0.



Gambar 5.16

Diagram Membuat Postingan yang Menarik.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 25, jawaban setuju 26 orang, ragu-ragu 11 orang, tidak setuju 5 orang, dan sangat tidak setuju 0.



Gambar 5.17

Diagram Selalu Membagikan Postingan.

Berdasarkan data diagram di atas responden yang menjawab sangat setuju menggunakan media sosial *facebook* untuk mencari berita baru adalah 30, jawaban setuju 24 orang, ragu-ragu 18 orang, tidak setuju 3 orang, dan sangat tidak setuju 0.

2. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner sudah terdistribusikan kepada semua responden atau tidak. Adapun untuk mengetahui nilai dari distribusi frekuensi, maka dapat memerhatikan tabel distribusi frekuensi dari kolom total *Percent*, *Valid Percent*, dan *Cummulative Percent* pada tabel distribusi frekuensi berjumlah 100, maka dapat dikatakan bahwa data sudah terdistribusikan kepada semua responden.

Dari distribusi frekuensi pada tabel dapat diilustrasikan dengan histogram. Pada gambar histogram akan disajikan nilai frekuensi total pada distribusi frekuensi.

Adapun distribusi dari variabel penggunaan media sosial *facebook* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Total_X					
		Frequenc		Valid	Cumulative
		y	Percent	Percent	Percent
Valid	21	1	1.5	1.5	1.5
	25	1	1.5	1.5	3.0
	29	1	1.5	1.5	4.5
	31	2	3.0	3.0	7.5
	32	4	6.0	6.0	13.4
	33	1	1.5	1.5	14.9
	34	2	3.0	3.0	17.9
	35	5	7.5	7.5	25.4
	36	8	11.9	11.9	37.3
	37	3	4.5	4.5	41.8
	38	9	13.4	13.4	55.2
	39	5	7.5	7.5	62.7
	40	4	6.0	6.0	68.7
	41	1	1.5	1.5	70.1
	42	8	11.9	11.9	82.1
	43	1	1.5	1.5	83.6
	44	5	7.5	7.5	91.0
45	2	3.0	3.0	94.0	
48	1	1.5	1.5	95.5	

	50	3	4.5	4.5	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

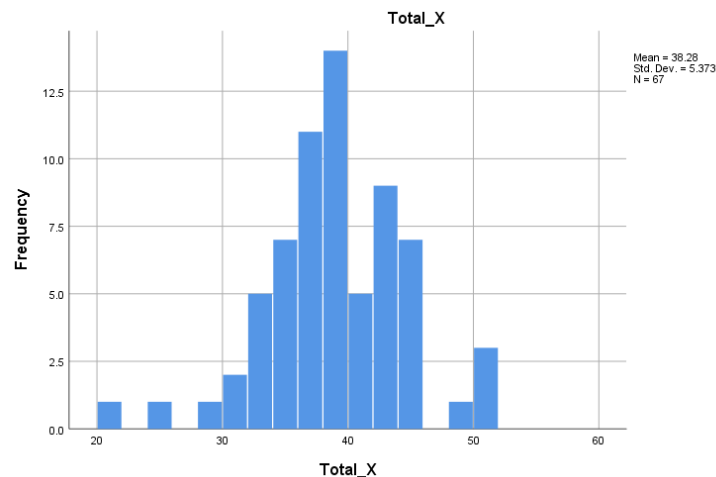
Tabel 5.1

Distribusi Frekuensi Penggunaan Media Sosial *Facebook* (X)

Berdasarkan data diatas maka dapat diartikan bahwa variabel penggunaan media sosial *facebook* memiliki nilai frekuensi total 67. Adapun nilai pada kolom total *Percent*, *Valid Percent*, dan *Cummulative Percent* menunjukkan nilai 100,0, maka dapat dikatakan bahwa data valid dengan nilai 100%.

Adapun lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi dari penggunaan media sosial *facebook*, maka dapat disajikan dalam bentuk histogram.

Berikut ini adalah histogram dari distribusi frekuensi penggunaan media sosial sebagai berikut :



Gambar 5.18**Histogram Penggunaan Media Sosial *Facebook* (X)**

Berdasarkan gambar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial *facebook* memiliki total 67. Nilai tersebut sama dengan nilai total dari tabel distribusi frekuensi penjualan sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut sudah valid.

Adapun distribusi frekuensi dari variabel penjualan sangkar ukir dapat dilihat sebagai berikut :

Total_Y					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	1.5	1.5	1.5
	18	4	6.0	6.0	7.5
	19	1	1.5	1.5	9.0
	20	2	3.0	3.0	11.9
	21	1	1.5	1.5	13.4
	22	3	4.5	4.5	17.9
	23	6	9.0	9.0	26.9
	24	13	19.4	19.4	46.3
	25	4	6.0	6.0	52.2

	26	1	1.5	1.5	53.7
	27	5	7.5	7.5	61.2
	28	7	10.4	10.4	71.6
	29	8	11.9	11.9	83.6
	30	11	16.4	16.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

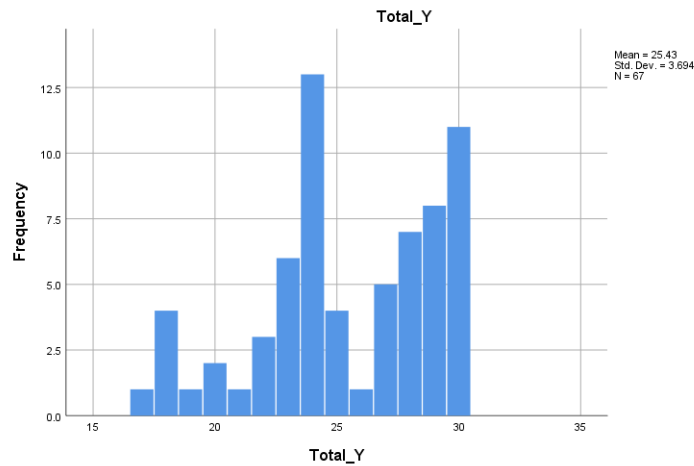
Tabel 5.2

Distribusi Frekuensi Penjualan Sangkar Ukir (Y)

Berdasarkan data di atas, maka dapat diartikan bahwa variabel penjualan sangkar ukir memiliki nilai frekuensi total 67. Adapun nilai pada kolom total *Percent*, *Valid Percent*, dan *Cumulative Percent* menunjukkan nilai 100,0, maka dapat dikatakan bahwa data valid dengan nilai 100%.

Adapun untuk lebih jelasnya mengenai distribusi frekuensi dari penjualan sangkar ukir, maka dapat disajikan dalam bentuk histogram.

Berikut adalah histogram dari distribusi frekuensi penjualan sangkar ukir sebagai berikut :



Gambar 5.19

Histogram Penjualan Sangkar Ukir

Berdasarkan gambar diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penjualan sangkar ukir memiliki nilai total 67. Nilai tersebut sama dengan nilai total dari tabel distribusi frekuensi penjualan sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut valid.

3. Uji Normalitas

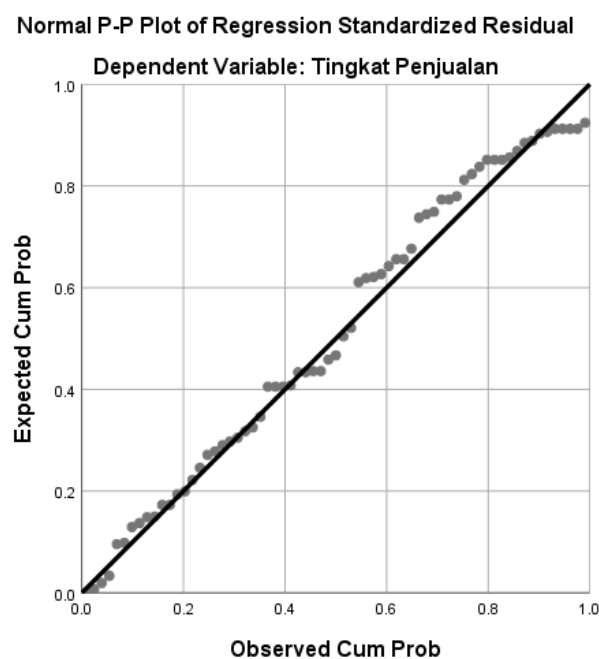
Uji normalitas dilakukan untuk mengecek data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal atau tidak. Adapun uji normalitas pada penelitian ini adalah menggunakan grafik normal *P-Plot Of Regretion Standardized Residual* dan grafik histogram dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 25.

Data pengambilan keputusan dari uji normalitas untuk pengujian menggunakan normal *P-Plot Of Regretion Standardized Residual* dapat dinyatakan normal apabila data yang menyebar

disekitar garis diagonal dan data tidak berdistribusi normal apabila data menyebar jauh dari arah garis.

Adapaun pengujian menggunakan grafik histogram, data dikatakan normal apabila garis mengikuti arah grafik histogram. Sedangkan data dikatakan berdistribusi normal apabila data tidak mengikuti grafik histogram.

Berikut adalah gambar hasil uji normalitas grafik sebagai berikut :



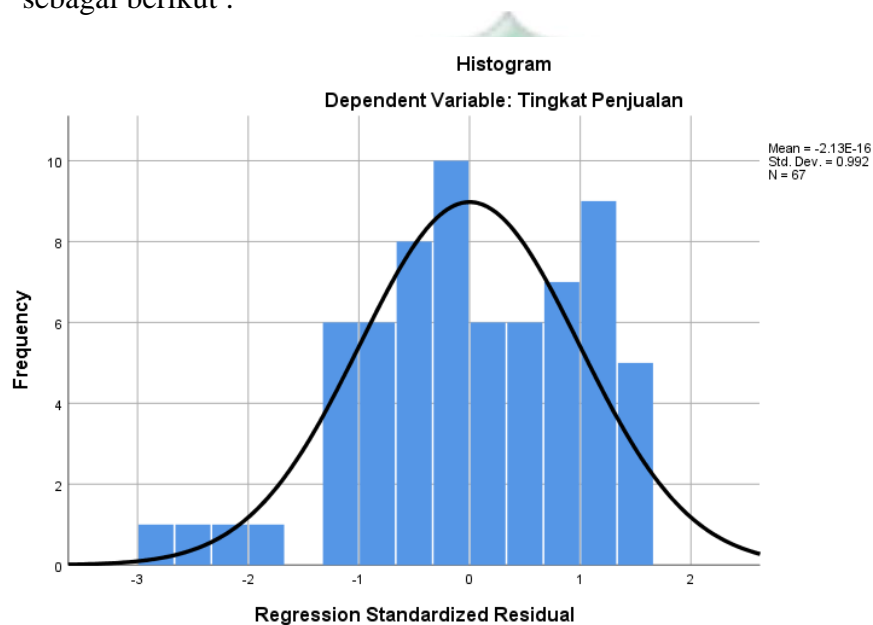
Gambar 5.20

Hasil Uji Normalitas Grafik

Berdasarkan gambar grafik normal *P-Plot Of Redgression Standardized Residual* tersebut dapat disimpulkan bahwa titik plotting

yang terdapat pada gambar selalu mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Oleh karena itu, keputusan dalam uji normalitas teknik *probability plot* dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Dengan demikian maka asumsi normalitas untuk nilai residual dalam analisis regresi linear sederhana ini dapat terpenuhi.

Adapun uji normalitas dapat disajikan dalam bentuk histogram sebagai berikut :



Gambar 5.21

Gambar Hasil Uji Normalitas Histogram

Hasil uji normalitas pada histogram di atas menunjukkan bahwa garis kurva normal dan mengikuti arah grafik histogram. Maka dapat dikatakan bahwa data yang diteliti berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Ada dua keputusan pengambilan keputusan dalam pengujian linearitas. Dasar pengambilan keputusan yang pertama dengan melihat adalah angka signifikan *deviation from linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Jika nilai signifikan *deviation from linearity* $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Pengambilan keputusan yang kedua adalah dengan mencari F hitung dan F tabel. Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Sebaliknya jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka tidak terdapat pengaruh hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Berikut adalah tabel hasil uji linearitas :

ANOVA Tabel							
			Sum of		Mean		
			Squares	Df	Square	F	Sig.
Tingkat	Between	(Combined)	306.931	19	16.154	1.27	.242
Penjualan *	Groups					9	
Media Sosial		Linearity	136.907	1	136.907	10.8	.002
<i>Facebook</i>						42	

	Deviation from Linearity	170.024	18	9.446	.748	.745
	Within Groups	593.517	47	12.628		
	Total	900.448	66			

Tabel 5.3

Tabel Hasil Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig, *deviation from linearity* sebesar $0,745 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara media sosial *facebook* dengan penjualan.

Berdasarkan data tabel di atas sudah diketahui nilai F hitung adalah sebesar 0,748. Adapun untuk mencari F tabel maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

Rumus F tabel

$$df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

Keterangan k = jumlah variabel bebas (X) dan variabel (Y)

n = jumlah responden

Diketahui k = 2

$$n = 67$$

$$df1 = 2-1 = 1$$

$$df_2 = 67 - 2 = 65$$

Hasil dari perhitungan yang didapatkan angka 1 dan 65. Angka tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui nilai F tabel.

Adapun untuk mengetahui nilai dari F tabel, maka dapat melihat gambar F tabel statistics berikut :

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Gambar 5.22

Gambar F Tabel

Berdasarkan gambar tersebut, maka F tabel dapat dicari di kolom 1 baris ke 65 yang memiliki nilai 3,99. Jadi, sesuai dengan pengambilan keputusan dapat disimpulkan bahwa linearitas adalah signifikan, karena F hitung < F tabel dimana F hitung = 0,748 sedangkan F tabel = 3,99.

5. Uji Korelasi *Product Moment*

Uji korelasi product moment digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Adapun untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar interval maka dapat melihat nilai pearson correlation. Nilai korelasi berkisar antara 1 sampai -1, apabila nilai mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara vdua variabel semakin lemah.

Berikut ini adalah tabel uji korelasi *product moment* :

Correlations			
		Media Sosial <i>Facebook</i>	Tingkat Penjualan
Media Sosial <i>Facebook</i>	Pearson	1	.390**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	67	67

Tingkat Penjualan	Pearson Correlation	.390**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	67	67
	**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

Tabel 5.4

Tabel Uji Korelasi *Product Moment*

Nilai pada *pearson correlation* pada tabel tersebut adalah 0,390 dengan koefisien korelasi *product moment* sebesar 0,001. Dengan nilai sebesar 0,390 maka mendekati 0. Hal ini menunjukkan adanya keeratan hubungan antara variabel media sosial *facebook* terhadap variabel penjualan. Namun karena nilai tersebut mendekati 0, maka keeratan dari kedua variabel tersebut lemah.

Jadi, korelasi antara variabel pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan dinyatakan positif dan hubungannya searah.

B. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah untuk menguji hipotesis yang peneliti ajukan, yaitu dengan melihat apakah (H_a) yang diajukan diterima atau ditolak. Berdasarkan nilai signifikansi $<$ probabilitas 0,05, maka ada

pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) berarti hipotesis diterima (H_a). Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_a : Terdapat pengaruh media sosial media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara.

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi dengan program IBM SPSS Statistics 25.

Berikut ini adalah tabel hasil uji hipotesis :

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.171	3.035		4.999	.000
	Media Sosial <i>Facebook</i>	.268	.079	.390	3.414	.001
a. Dependent <i>Variabel</i> : Tingkat Penjualan						

Tabel 5.5

Gambar Tabel Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel tersebut ditemukan nilai signifikan (Sig) variabel pengaruh media sosial *facebook* (X) adalah sebesar $0,001 < \text{probabilitas } 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Artinya ada

pengaruh media sosial *facebook* (X) terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara (Y).

Adapun untuk mencari t tabel maka dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = n - k$$

Keterangan n = sampel

k = banyaknya variabel bebas dan variabel terikat

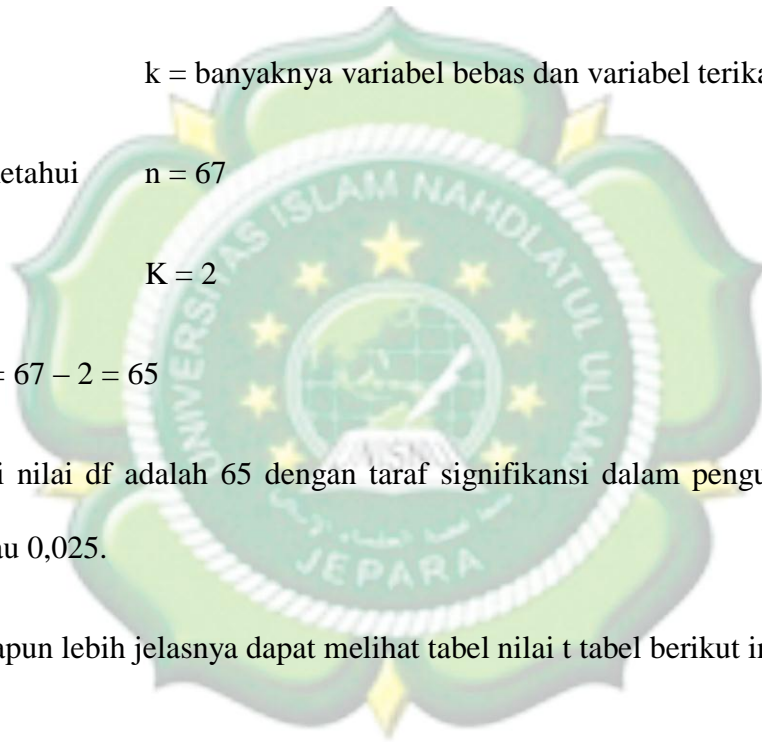
Diketahui n = 67

K = 2

$$df = 67 - 2 = 65$$

Jadi nilai df adalah 65 dengan taraf signifikansi dalam pengujian uji t 5% atau 0,025.

Adapun lebih jelasnya dapat melihat tabel nilai t tabel berikut ini :



Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Gambar 5.23

T tabel

Berdasarkan tabel t di atas, maka t tabel dapat di cari pada kolom 5% atau 0,025 baris ke-65 yang memiliki 1,99714. Adapun t hitung dapat dilihat pada bagian media sosial *facebook* kolom t tabel uji hipotesis. Nilai

dari uji t adalah 3,414. Jadi, sesuai dengan pengambilan keputusan apabila nilai t hitung > t tabel dimana $3,414 > 1,99714$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, artinya ada pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara.

Adapun dalam mengetahui berapa presentase dari pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara adalah dengan melakukan uji koefisien determinasi.

Nilai dari uji koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat kolom *R Square* pada tabel berikut :

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.390 ^a	.152	.139	3.42736
a. Predictors: (Constant), Media Sosial <i>Facebook</i>				
b. Dependent <i>Variabel</i> : Tingkat Penjualan				

Tabel 5.6

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada kolom *R Square* diperoleh nilai sebesar 0,152 atau 15,2%. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial *facebook* berpengaruh terhadap tingkat penjualan sebesar

15,2%, sedangkan 84,8% berasal dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara. Untuk mendapatkan hasil data dalam membuktikan adanya pengaruh atau tidak, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisi tentang pernyataan yang diperoleh dari indikator. Indikator didapatkan dari teori yang digunakan oleh peneliti yaitu *use and gratification* untuk variabel media sosial *facebook* dan *sales promotion* untuk variabel tingkat penjualan.

Teori *use and gratification* merupakan salah satu teori komunikasi massa. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media sosial memainkan peran aktif *facebook* dalam proses komunikasi untuk memilih dan menggunakan sumber media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *use and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna media sosial mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Dalam menggunakan media sosial *facebook* diharapkan aktif pengguna memainkan aktif *facebook* demi kebutuhan dan kepuasannya.

Pada teori kedua yaitu *sales promotion* menjelaskan tentang bagaimana promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan produknya.

Hal ini proses promosi yang ditekankan adalah untuk meningkatkan penjualan dengan cara memberikan sampel, diskon, bonus dan promosi.

Hasil uji korelasi menggunakan korelasi *product moment* dengan sampel 67 orang di Kabupaten Jepara menunjukkan perolehan koefisien dengan korelasi 0,390 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Data analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial *facebook* terhadap tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara. Perolehan koefisien korelasi sebesar 0,390 ini menunjukkan bahwa angka mendekati angka 0, sehingga menyebabkan keeratan diantara dua variabel tersebut lemah.

Hasil dari uji hipotesis ditemukan nilai signifikansi (Sig) variabel penggunaan media sosial *facebook* (X) adalah sebesar 0,001. Hal ini berarti $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima. Artinya ada pengaruh media sosial *facebook* (X) terhadap tingkat penjualan sangkar ukir (Y).

Penggunaan media sosial *facebook* dari awal tahun 2018 sampai dengan 2019 terus mengalami peningkatan yang besar. Jumlah naik 20 juta pengguna dari tahun 2018 sampai 2019. Semua pengrajin sekaligus penjual sangkar ukir dan penjualnya saja menggunakan media sosial *facebook*, karena di anggap lebih cepat dan mudah. Hal ini dapat disimpulkan media sosial *facebook* sangat di manfaatkan oleh para pengrajin dan penjual sangkar ukir untuk memenuhi kebutuhannya dalam meningkatkan penjualan.

Dengan cepat dan mudahnya menggunakan media sosial *facebook* dalam berkomunikasi, para pengrajin dan penjual sangkar ukir memanfaatkan media ini untuk meningkatkan penjualan sangkar ukir yang diproduksi. Kemudahan dalam memposting dan menyebarkan informasi yang luas tanpa ada jarak dan waktu sangat cocok digunakan untuk menjual produk di media sosial, dengan harapan adanya tingkat penjualan.

Media sosial *facebook* ini bisa diakses kapan dan dimana saja karena bisa terhubung selama 24 jam dengan adanya koneksi internet. Perkembangan *facebook* ini terus diperbaharui, banyak fitur-fitur yang disediakan oleh pihak *facebook* dalam memanfaatkan untuk berkomunikasi dan mencari informasi berita baru.

Di Kabupaten Jepara, tepatnya para pengrajin dan penjual sangkar ukir memilih media sosial *facebook* yang menjadi alat untuk berbisnis menjual produk sangkar ukir. Dengan harapan memasarkan melalui media sosial *facebook* adalah dalam peningkatan penjualan yang diperoleh.

Selain itu, dalam promosi penjualan melalui media sosial *facebook* ada beberapa yang harus diperhatikan. *Facebook* digunakan dalam promosi dengan harapan peningkatan penjualan. Yang harus diperhatikan adalah dalam memposting atau mempromosikan melalui media sosial *facebook*. Dengan membagikan postingan, menarik perhatian pembeli serta gambar foto yang di unggah harus menarik.

Ketika sudah memperhatikan hal-hal penting dalam promosi penjualan melalui media sosial *facebook*. Seorang pengrajin dan penjual

harus mempertahankan dan selalu meningkatkan penjualannya. Dengan memberikan sampel, diskon, bonus dan promosi akan membantu untuk menstabilkan peningkatan penjualan tersebut.

Hal-hal tersebut akan dirasakan para pembeli jika kita memberikan suatu jaminan atau kepercayaan. Secara otomatis apa yang dipromosikan melalui media sosial *facebook* sangat membantu dalam peningkatan penjualan para pengrajin dan penjual.

Dari hasil uraian di atas dapat kita ketahui bahwa teori *use and gratification* (kebutuhan dan kepuasan) dan *sales promotion* ini dapat membuktikan bahwa pengaruh media sosial *facebook* sangat mempengaruhi tingkat penjualan sangkar ukir di Kabupaten Jepara.

D. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengalami beberapa hambatan dalam proses penelitian, hambatan-hambatan tersebut adalah :

Keterbatasan waktu sangat menjadi peranan penuh dalam proses penelitian ini. Waktu yang diberikan cukup untuk mengadakan penelitian. Namun peneliti berusaha untuk membagi waktu sebaik mungkin dalam melaksanakan penelitian ini.

Keterbatasan *literature*, peneliti mengalami beberapa kesulitan dalam pengumpulan *literature* untuk mendukung teori penelitian. Dalam menunjang data penelitian peneliti berupaya mengambil referensi selain dari buku dari jurnal maupun internet.