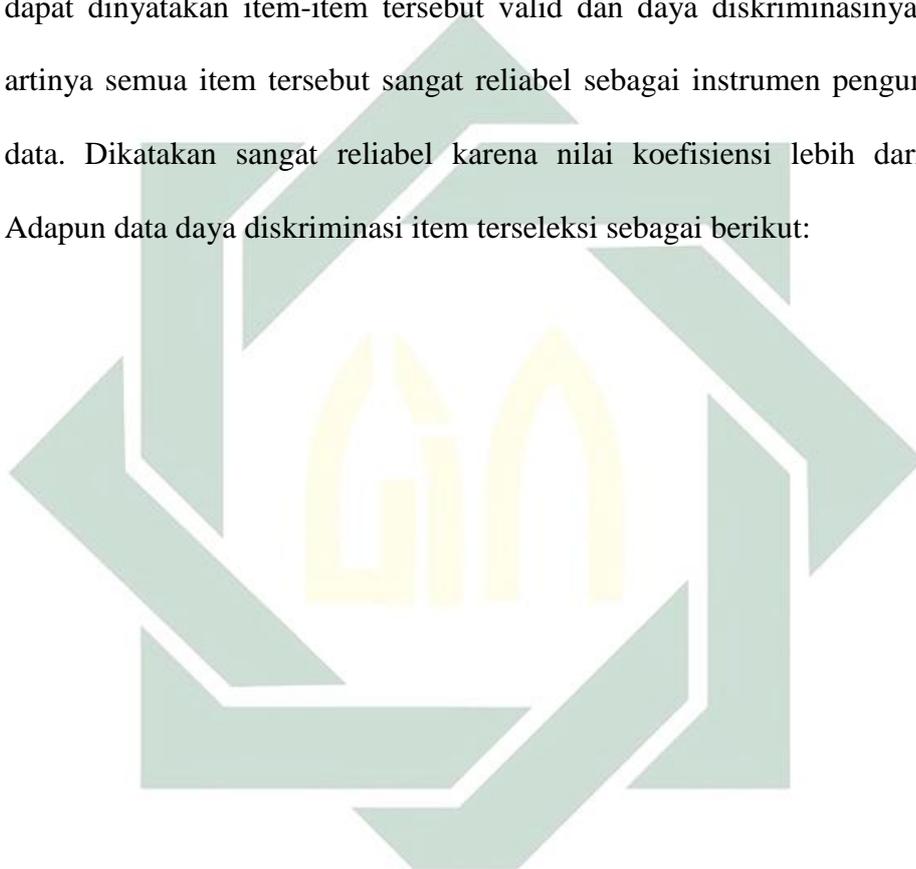


sebagai pengumpul data untuk penelitian lanjutan dengan nilai diskriminasi item yang sangat tinggi. Terbukti dari 30 item kemudian terseleksi 30 item dengan nilai reliabilitas yang sangat tinggi yaitu 0,951. Maka di sini peneliti telah menguji coba instrumen ini sehingga ada butir-butir yang terseleksi agar mendapatkan nilai validitas dan reliabilitas yang tinggi dan benar-benar dapat digunakan sebagai instrumen pengumpul data untuk penelitian lanjutan. Maksud peneliti melakukan uji coba instrumen ini agar memiliki kesetaraan subjek pada sampel yang akan peneliti gunakan untuk mengukur variabel-variabel di atas.

Jadi subyek yang akan digunakan untuk uji coba instrumen ini memiliki ketentuan sebagai pembeli. Populasi yang peneliti pilih ialah pembeli smartphone pada salah satu konter di WTC Surabaya, berbeda dengan sampel yang nantinya akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Sehingga instrumen ini dapat digunakan untuk mengukur sampel yang setara atau sejenis dengan subyek uji coba instrumen ini.

Adapun hasil yang didapat setelah uji coba, ternyata instrumen ini memiliki tingkat validitas yang tinggi dan instrumen ini layak digunakan untuk penelitian lanjutan. Hal itu terbukti dari hasil uji coba pertama ini yaitu dari 30 item terseleksi, terdapat 30 item yang memiliki daya diskriminasi item lebih dari ketetapan r tabel yaitu lebih besar dari 0,374 atau dapat dikatakan daya diskriminasinya valid. Karena pada dasarnya, Azwar, (2004) mengatakan bahwa uji daya diskriminasi item dilakukan dengan menggunakan bantuan *SPSS for windows* 16,00 version, dengan melihat

kaidah bahwa harga koefisien *corrected item total correlation* lebih dari atau sama dengan $\geq 0,3$. Instrumen ini dapat dikatakan valid sebagai instrumen pengumpul data, karena dilihat dari hasil output reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.951 yaitu lebih besar dari 0.30 sehingga dapat dinyatakan item-item tersebut valid dan daya diskriminasinya tinggi artinya semua item tersebut sangat reliabel sebagai instrumen pengumpulan data. Dikatakan sangat reliabel karena nilai koefisiensi lebih dari 0.70. Adapun data daya diskriminasi item terseleksi sebagai berikut:



dengan sampel yang nantinya akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Sehingga instrumen ini dapat digunakan untuk mengukur sampel yang setara atau sejenis dengan subyek uji coba instrumen ini.

Adapun hasil yang didapat setelah uji coba, ternyata instrumen ini memiliki tingkat validitas yang tinggi pula dan instrumen ini layak digunakan untuk penelitian lanjutan. Hal itu terbukti dari hasil uji coba pertama ini yaitu dari 30 item terseleksi, terdapat 30 item yang memiliki daya diskriminasi item lebih dari ketetapan r tabel yaitu lebih besar dari 0,374 atau dapat dikatakan daya diskriminasinya dapat dikaakan valid. Karena pada dasarnya, Azwar, (2004) mengatakan bahwa uji daya diskriminasi item dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS *for windows* 16,00 version, dengan melihat kaidah bahwa harga koefisien *corrected item total* correlation lebih dari atau sama dengan $\geq 0,3$. Instrumen ini dapat dikatakan valid sebagai instrumen pengumpul data, karena dilihat dari hasil output reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.910 yaitu lebih besar dari 0.30 sehingga dapat dinyatakan item-item tersebut valid dan daya diskriminasinya tinggi artinya semua item tersebut sangat reliabel sebagai instrumen pengumpulan data. Dikatakan sangat reliabel karena nilai koefisiensi lebih dari 0.70. Adapun data daya diskriminasi item terseleksi sebagai berikut:

Untuk menarik perhatian pembeli, umumnya setiap perusahaan akan melakukan banyak cara salah satunya yaitu dengan melakukan promosi. Salah satu strategi promosi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan adalah promosi SPG (*Sales Promotion Girl*). Persuasi SPG, merupakan kemampuan komunikasi persuasive dari Sales Promotion Girl (SPG) untuk membujuk dan merayu pembeli agar mau membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sagala, Destriani, Putrid an Kumar (2014) yang hasilnya menunjukkan bahwa promosi dan harga yang dilakukan oleh perusahaan *fast food* mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli.

Penelitian ini dilakukan di Plasa Marina Surabaya. Dari hasil demografi subjek maka diketahui bahwa subjek yang memiliki presentase terbesar yakni 56 % atau berjumlah 28 orang terdapat pada rentang usia 16 tahun. Selanjutnya dengan presentase 26% atau berjumlah 13 orang terdapat pada rentang usia 15 tahun. Presentase 18% atau berjumlah 9 orang terdapat pada rentang usia 17 tahun. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa bahsubjek yang memiliki presentase terbesar yakni perempuan dengan 54 % atau berjumlah 27, sedangkan laki- laki dengan 46 % atau berjumlah 23.

Dari hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0.732 dengan signifikasi sebesar $0.07 < 0.05$, maka H_a diterima dan H_o

