

tersebut belum diketahui jumlahnya populasi mahasiswa yang pernah menggunakan blackberry dan telah berganti ke merek smartpone lainnya, karena belum terdapat pendataan yang pasti.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007). Jadi sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Roscoe dalam Sugiyono (2010), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500. Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Jika 30 merupakan batas minimal ukuran sampel maka 50 merupakan jumlah yang lebih dari cukup untuk dijadikan sampel dalam suatu penelitian.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2005;61), sampel purposif adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun yang menjadi bahan pertimbangan dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah, Responden yang di teliti adalah Mahasiswa UIN Sunan Ampel atau konsumen atau pengguna smartpone blackberry, dan saat ini telah berpindah menggunakan smartpone dengan merek lainnya.

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui metode kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kuesioner

Validitas yang dipakai adalah validitas isi, yaitu sejauhmana isi alat pengukur tersebut mewaliki semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan hasil uji coba dengan skor total menggunakan metode korelasi *product* (*r product moment*).

Menurut Sumadi Suryabrata, validitas soal adalah derajat kesesuaian antara suatu soal dengan perangkat soal-soal yang lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi biserial. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur. Kriteria dari validitas setiap item pertanyaan adalah apabila koefisien korelasi (*r* hitung) positif dan lebih besar atau sama dari *r* tabel maka item tersebut dikatakan valid dan sebaliknya apabila *r* hitung negatif atau lebih kecil dari *r* tabel maka item tersebut dikatakan tidak valid. Selanjutnya apabila terdapat item – item pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria validitas (tidak valid) maka item tersebut akan dikeluarkan dari kuesioner. Nilai *r* tabel yang digunakan untuk subyek (*N*) sebanyak 50 adalah mengikuti ketentuan $df = N - 2$, berarti $3 - 2 = 48$ dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh $r \text{ tabel} = 0.284$.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuan yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur tersebut reliable. Dengan kata lain reliabilitas

Smirnov dan *Shapiro Wilk* . Dan pengujiannya menggunakan SPSS 11. 05, dengan kaidah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka distribusi sebaran skor variabel adalah normal.

2. Uji Hipotesis

Teknik yang dipakai dalam uji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisa data kuantitatif dengan analisa *korelasi product moment* dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 11. 05. Untuk menjawab ada tidaknya hubungan ketidakpuasan konsumen pada perilaku *brand switching*. Dengan kaidah jika signifikansi > 0.05 , maka hipotesis diterima dan jika signifikansi < 0.05 , maka hipotesis ditolak.

Nilai Korelasi yang semakin mendekati 1, dapat dikatakan korelasinya semakin tinggi. Uji korelasi dapat menghasilkan korelasi yang bersifat positif (+) dan negatif (-). Jika korelasinya positif (+), maka hubungan kedua variabel bersifat searah (berbanding lurus), yang berarti semakin tinggi nilai variabel bebas, semakin tinggi nilai variabel terikatnya, dan begitu pula sebaliknya, jika korelasinya negatif (-), maka hubungan kedua variabel berbanding terbalik, yang berarti semakin tinggi nilai variabel bebas maka semakin rendah nilai variabel terikatnya.