

BAB 4 ANALISIS DATA

4.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu: (1) Uji Normalitas; (2) Uji Homogenitas; (3) Uji linieritas; (4) Uji Multikolonieritas; dan (5) Uji Heteroskedastisitas. Pengujian tersebut harus dipenuhi sebelum peneliti melakukan analisis regresi linier. Jika pada salah satu uji asumsi klasik data tidak sesuai dengan kriteria yang ada maka dapat dilakukan Uji Non-Parametrik.

4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji penting yang harus terpenuhi jika ingin menggunakan metode regresi linier (Nursiyono, J.A. & Nadeak, 2016). Uji normalitas bertujuan untuk menguji variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal dalam regresi tersebut. Nilai residual merupakan selisih nilai dugaan dengan nilai pengamatan sebenarnya bila yang digunakan merupakan data sampel. Distribusi normal merupakan distribusi yang umum dipakai dalam metode *parametric*, karena sebagian besar fenomena yang terjadi di alam semesta ini mengikuti distribusi normal (Nursiyono, J.A. & Nadeak, 2016). Model regresi yang baik merupakan model yang terdistribusi secara normal. Menurut (Ghozali, 2016) terdapat dua macam mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan: (1) Analisis Grafik; dan (2) Analisis Statistik. Pada penelitian ini digunakan analisis statistik untuk mengetahui distribusi data.

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap tiga variabel, yaitu *effectiveness*, *efficiency* dan *satisfaction*. Uji normalitas dilakukan dengan mencari nilai residual masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya, yaitu variabel *Customer Retention*. Setelah ditemukan nilai residual masing-masing variabel kemudian dilihat besar nilai signifikansinya. Nilai signifikansi yang menunjukkan hasil pengujian normal memiliki kriteria senilai $\geq 0,05$. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Pengujian Normalitas

	<i>Residual</i>				Kriteria
	<i>Effectiveness</i>	<i>Efficiency</i>	<i>Satisfaction</i>	Model 4	
Banyak Data	100	100	100	100	$\geq 0,05$
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,137	0,693	0,050	0,100	

Dalam Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi setiap variabel model regresi tersebut diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data model regresi yang ada berdistribusi secara normal.

4.1.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji untuk mengetahui adanya kesamaan atau tidak variansi-variansi variabel independen terhadap variabel dependennya. Model regresi yang baik biasanya datanya bersifat homogen (Wiyono, 2011). Dalam penelitian ini, untuk menguji homogenitas data digunakan uji *Lavene Test*. Data yang homogen memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 (Wiyono, 2011).

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap tiga model, yaitu *effectiveness* terhadap *customer retention*, *efficiency* terhadap *customer retention* dan *satisfaction* terhadap *customer retention*. Uji homogenitas dilakukan dengan mencari nilai *Lavene Statistic* dan signifikansi model-model tersebut. Setelah nilai ditemukan masing-masing model kemudian dilihat besar nilai signifikansinya. Hasil uji homogenitas dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2 Pengujian Homogenitas

Model	Lavene Statistic	Sig.	Kriteria
<i>Effectiveness -> Customer Retention</i>	1,093	0,377	>0,05
<i>Efficiency -> Customer Retention</i>	1,459	0,183	
<i>Satisfaction -> Customer Retention</i>	1,399	0,169	

Dalam Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari setiap model melebihi 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data model regresi tersebut bersifat homogen.

4.1.3 Uji Linieritas

Uji linieritas menurut Wiyono (2011), merupakan pengujian untuk mengetahui adakah hubungan linier (sejalan) secara signifikan dalam variabel penelitian yang digunakan dalam model regresi. Uji linieritas digunakan sebagai prasyarat dalam melakukan analisis korelasi atau regresi linier. Dalam model regresi yang baik harus terdapat hubungan linieritas pada model yang akan diuji.

Dalam penelitian ini dilakukan pengujian terhadap tiga model, yaitu *effectiveness* terhadap *customer retention*, *efficiency* terhadap *customer retention* dan *satisfaction* terhadap *customer retention*. Uji linieritas dilakukan dengan mencari nilai *Linierity* signifikansi model-model tersebut. Setelah nilai ditemukan masing-masing model kemudian dilihat besar nilai signifikansinya. Nilai signifikansi yang menunjukkan hasil pengujian lineritas memiliki kriteria senilai $< 0,05$. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3 Hasil Pengujian Linieritas

Model	Linearity Sig.	Kriteria
<i>Effectiveness -> Customer Retention</i>	0,000	< 0,05
<i>Efficiency -> Customer Retention</i>	0,000	
<i>Satisfaction -> Customer Retention</i>	0,000	

Dalam Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi linieritas yang didapat pada masing-masing model berada dibawah 0,05. Berdasarkan nilai tersebut disimpulkan bahwa setiap model dapat dikatakan linier.

4.1.4 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mencari adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*) dalam setiap model regresi yang ada. Model regresi yang baik, tidak ditemukan korelasi yang terjadi antara variabel-variabel *independennya* atau tidak terjadi multikolonieritas pada setiap mode regresinya (Ghozali, 2016). Untuk melakukan uji multikolonieritas, dapat dilakukan dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) (Wiyono, 2011).

Koefisien yang digunakan untuk menjadi batas pada uji multikolonieritas ini adalah nilai VIF < 5, maka dikatakan variabel regresi tidak ditemukan multikolonieritas (Wiyono, 2011) atau terjadi multikolonieritas jika nilai *Tolerance* $\leq 0,1$ dan VIF ≥ 10 (Gozali, 2016).

Tabel 4.4 Hasil Pengujian Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics		Kriteria
	Tolerance	VIF	
<i>Effectiveness</i>	0,477	2,095	VIF ≤ 5 Atau <i>Tolerance</i> $\geq 0,10$ atau VIF ≤ 10
<i>Efficiency</i>	0,555	1,801	
<i>Satisfaction</i>	0,419	2,385	

Pada hasil dalam Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai VIF setiap variabel yang akan dianalisis kurang dari 5 dan nilai *tolerancenya* lebih dari 0,10 maka antar variabel tersebut tidak ditemukan adanya multikolonieritas.

4.1.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain didalam model regresi. Pada penelitian ini menggunakan Uji koefisien korelasi *Spearman* dengan koefisien signifikansi harus lebih dari 0,05 untuk disimpulkan

bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi yang akan diuji (Ghozali, 2016).

Tabel 4.5 Hasil Pengujian Heteroskedisitas

Model	Variabel	Sig.	Kriteria
<i>Effectiveness -> Customer Retention</i>	<i>Effectiveness</i>	0,878	>0,05
<i>Efficiency -> Customer Retention</i>	<i>Efficiency</i>	0,096	
<i>Satisfaction -> Customer Retention</i>	<i>Satisfaction</i>	0,961	

Pada hasil dalam Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap model regresi yang akan dianalisis lebih dari 0,05 maka model regresi tersebut tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4.2 Effectiveness

Variabel *Effectiveness* digunakan untuk melihat sejauh mana tugas-tugas *website* JD.id telah dijalankan hingga mencapai tujuan. Pemusatan data dapat dilihat pada hasil *mean*, median, dan modus dari variable tersebut sedangkan untuk penyebaran datanya bisa dilihat dari standar deviasi dan varian. Variabel *Effectiveness* memiliki 4 indikator.

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Effectiveness

Indikator	Kode Indikator	Mean	Persentase (%)	Kategori	Median	Modus	Standar Deviasi	Varian
Kemudahan membaca dan menemukan informasi	Efe1	4.01	80,2%	Tinggi	4	4	0.71	0.49
Kesesuaian tautan (<i>link</i>) dan navigasi	Efe2	3.81	76,2%	Tinggi	4	4	0.81	0.66
Antarmuka yang digunakan	Efe3	3.91	78,2%	Tinggi	4	4	0.7	0.49
Kemampuan response dan petunjuk <i>website</i>	Efe4	3.99	79,8%	Tinggi	4	4	0.72	0.52
	Total Mean	3.92	78,4%	Tinggi				

Tabel 4.6 merupakan analisis deskriptif serta pengkategorian setiap indikator dalam variabel *Effectiveness*. Nilai rata-rata atau mean total variabel *Effectiveness* bernilai sebesar 3,92. Nilai rata-rata tertinggi yang didapat pada variabel *Effectiveness* berada pada indikator pertama senilai 4,01 dan nilai rata-rata terendah yang didapat berada pada indikator kedua senilai 3,81. Kemudian dilakukan perhitungan nilai rata-rata keseluruhan variabel *Effectiveness* yang kemudian dijadikan nilai persentase sebesar 78,4%. Nilai persentase yang didapatkan pada total mean variabel *Effectiveness* termasuk kedalam kategori Tinggi.

Untuk indikator Efe1 “Kemudahan membaca dan menemukan informasi” memiliki nilai rata-rata 4,01. Nilai tersebut menandakan dari dua pernyataan yang terdapat pada indikator Efe1, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 4 yang berarti responden setuju dengan setiap pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Efe1 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Nilai tersebut dapat diartikan dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 1 dan 2 dalam indikator Efe1 memberikan nilai 4 atau cukup setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,71 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,71. Nilai varian yang didapat adalah 0,49 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Efe1 sebesar 0,49. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Efe1 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 80,2%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Efe1 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator Efe2 “Kesesuaian tautan (*link*) dan navigasi” memiliki nilai rata-rata 3,81. Nilai tersebut menandakan dari tiga pernyataan yang terdapat pada indikator Efe2, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan setiap pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Efe2 adalah 4. yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 3,4 dan 5 dalam indikator Efe2 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau cukup setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,81 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,81. Nilai varian adalah 0,66 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Efe2 sebesar 0,66. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Efe2 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 76,2%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Efe2 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Efe3 “Antarmuka yang digunakan” memiliki nilai rata-rata 3,91. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada

pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Efe3 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 6 dalam indikator Efe3 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,70 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,70. Nilai varian adalah 0,49 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Efe3 sebesar 0,49. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Efe3 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 78,2%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Efe3 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Efe4 “Kemampuan response dan petunjuk *website*” memiliki nilai rata-rata 3,99. Nilai tersebut menandakan dari tiga pernyataan yang terdapat pada indikator Efe4, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Efe4 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 7,8 dan 9 dalam indikator Efe4 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,72 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,72. Nilai varian adalah 0,52 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Efe3 sebesar 0,52. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Efe4 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 79,8%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Efe4 berada dalam kategori tinggi.

4.3 Efficiency

Variabel *Efficiency* digunakan untuk melihat ketepatan cara *website* JD.id dalam memberikan tampilan yang mudah dimengerti serta ketepatan dan kecepatan dalam memberikan informasi. Pemusatan data dapat dilihat pada hasil mean, median, dan modus dari variable tersebut sedangkan untuk penyebaran datanya bisa dilihat dari standar deviasi dan varian. Variabel *Efficiency* memiliki 4 indikator.

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif *Efficiency*

Indikator	Kode Indikator	Mean	Persentase (%)	Kategori	Median	Modus	Standar Deviasi	Varian
Kesesuaian tampilan <i>website</i>	Ef1	4.14	82,8%	Tinggi	4	4	0.79	0.62
Perpindahan tautan (<i>link</i>) dan	Ef2	3.99	79,8%	Tinggi	4	4	0.67	0.45

Tabel 4.7 Statistik Deskriptif *Efficiency* (lanjutan)

Indikator	Kode Indikator	Mean	Persentase (%)	Kategori	Median	Modus	Standar Deviasi	Varian
<i>pop-up</i> pada <i>website</i>								
Animasi <i>website</i>	Ef3	4.05	81%	Tinggi	4	4	0.82	0.67
Response <i>website</i>	Ef4	4.01	80,2%	Tinggi	4	4	0.83	0.69
	Total Mean	4.04	80,8%	Tinggi				

Tabel 4.7 merupakan analisis deskriptif serta pengkategorian setiap indikator dalam variabel *Efficiency*. Nilai rata-rata atau *mean* total variabel *Efficiency* bernilai sebesar 4,04. Nilai rata-rata tertinggi pada variabel *Efficiency* berada pada indikator pertama senilai 4,14 dan nilai rata-rata terendah yang didapat berada pada indikator kedua senilai 3,99. Kemudian dilakukan perhitungan nilai rata-rata keseluruhan variabel *Efficiency* yang kemudian dijadikan nilai persentase sebesar 80,8%. Nilai persentase yang didapatkan pada total *mean* variabel *Efficiency* termasuk kedalam kategori Tinggi.

Untuk indikator indikator Ef1 “Kesesuaian tampilan *website*” memiliki nilai rata-rata 4,14. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ef1 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 10 dalam indikator Ef1 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,79 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,79. Nilai varian adalah 0,62 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ef1 sebesar 0,62. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ef1 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 82,8%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ef1 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Ef2 “Pergantian tautan (*link*) dan *pop-up* pada *website*” memiliki nilai rata-rata 3,99. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ef2 adalah 4 yang berarti rata-rata responden

memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 11 dalam indikator Ef2 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,67 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,67. Nilai varian adalah 0,45 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ef2 sebesar 0,45. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ef2 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 79,8%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ef2 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Ef3 “Animasi *Website*” memiliki nilai rata-rata 4,05. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ef3 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 12 dalam indikator Ef3 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,82 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,82. Nilai varian adalah 0,67 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ef3 sebesar 0,67. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ef3 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 81%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ef3 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Ef4 “Response *website*” memiliki nilai rata-rata 4,01. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ef4 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 13 dalam indikator Ef4 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,83 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,83. Nilai varian adalah 0,69 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ef4 sebesar 0,69. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ef4 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 80,2%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ef4 berada dalam kategori tinggi.

4.4 Satisfaction

Variabel *Satisfaction* digunakan untuk melihat seberapa puas pengguna dalam melakukan interaksi dengan *website* JD.id. Pemusatan data dapat dilihat

pada hasil mean, median, dan modus dari variable tersebut sedangkan untuk penyebaran datanya bisa dilihat dari standar deviasi dan varian. Variabel *Satisfaction* memiliki 4 indikator.

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif *Satisfaction*

Indikator	Kode Indikator	Mean	Persentase (%)	Kategori	Median	Modus	Standar Deviasi	Varian
Konten yang terorganisir dan up to date	Sa1	3.99	79,8%	Tinggi	4	4	0.78	0.61
Pemeliharaan link	Sa2	3.86	77,2%	Tinggi	4	4	0.84	0.7
Kenyamanan antarmuka dan tampilan yang konsisten	Sa3	3.9	78%	Tinggi	4	4	0.88	0.78
Perlakuan pada link yang sudah atau belum dikunjungi	Sa4	3.68	73,6%	Tinggi	4	3	0.72	0.52
	Total Mean	3.85	77%	Tinggi				

Tabel 4.8 merupakan analisis deskriptif serta pengkategorian setiap indikator dalam variabel *Satisfaction*. Nilai rata-rata atau mean total variabel *Satisfaction* bernilai sebesar 3,85. Nilai rata-rata tertinggi pada variabel *Satisfaction* berada pada indikator ketiga senilai 3,9 dan nilai rata-rata terendah yang didapat berada pada indikator keempat senilai 3,68. Kemudian dilakukan perhitungan nilai rata-rata keseluruhan variabel *Satisfaction* yang kemudian dijadikan nilai persentase sebesar 77%. Nilai persentase yang didapatkan pada total *mean* variabel *Satisfaction* termasuk kedalam kategori Tinggi.

Untuk indikator indikator Sa1 “Konten yang terorganisir dan up to date” memiliki nilai rata-rata 3,99. Nilai tersebut menandakan dari tiga pernyataan yang terdapat pada indikator Sa1, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Sa1 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 14, 15 dan 16 dalam indikator Sa1 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,78 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,78. Nilai varian adalah 0,61 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Efe3 sebesar 0,61. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Sa1 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar

79,8%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Sa1 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Sa2 “Pemeliharaan Link” memiliki nilai rata-rata 3,86. Nilai tersebut menandakan responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Sa2 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 17 dalam indikator Sa2 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,84 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,84. Nilai varian adalah 0,70 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Sa2 sebesar 0,70. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Sa2 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 77,2%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Sa2 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Sa3 “Kenyamanan antarmuka dan tampilan yang konsisten” memiliki nilai rata-rata 3,90. Nilai tersebut menandakan dari tiga pernyataan yang terdapat pada indikator Sa3, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Sa3 adalah 4. yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 18, 19, 20 dan 21 dalam indikator Sa3 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,88 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,88. Nilai varian adalah 0,78 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Sa3 sebesar 0,78. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Sa3 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 78%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Sa3 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Sa4 “Perlakuan pada link yang sudah atau belum dikunjungi” memiliki nilai rata-rata 3,68. Nilai tersebut menandakan Sa4, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Sa4 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 3. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 22 dalam indikator Sa4 kebanyakan menjawab dengan nilai 3 atau netral dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,72 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,72. Nilai varian adalah 0,52 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Sa4 sebesar

0,52. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Sa4 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 73,6%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Sa4 berada dalam kategori tinggi.

4.5 Customer Retention

Variabel *Customer Retention* digunakan untuk melihat bagaimana hubungan pelanggan dengan perusahaan melalui interaksi dengan *website*, sehingga dapat mengurangi perpindahan pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Pemusatan data dapat dilihat pada hasil *mean*, *median*, dan *modus* dari variable tersebut sedangkan untuk penyebaran datanya bisa dilihat dari standar deviasi dan varian. Variabel *Customer Retention* memiliki 3 indikator.

Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Customer Retention

Indikator	Kode Indikator	Mean	Persentase (%)	Kategori	Median	Modus	Standar Deviasi	Varian
Rasa aman dan nyaman, serta kunjungan kembali pengguna	Ret1	3.83	76,6%	Tinggi	4	4	0.91	0.83
Penggunaan promosi	Ret2	3.92	78,4%	Tinggi	4	4	0.83	0.7
Menyarankan orang lain untuk mengunjungi <i>website</i>	Ret3	3.83	76,6%	Tinggi	4	4	0.94	0.9
	Total Mean	3,86	77,2%	Tinggi				

Tabel 4.9 merupakan analisis deskriptif serta pengkategorian setiap indikator dalam variabel *Customer Retention*. Nilai rata-rata atau mean total variabel *Customer Retention* bernilai sebesar 3,86. Nilai rata-rata tertinggi pada variabel *Customer Retention* berada pada indikator kedua senilai 3,92. Kemudian dilakukan perhitungan nilai rata-rata keseluruhan variabel *Customer Retention* yang kemudian dijadikan nilai persentase sebesar 77,2%. Nilai persentase yang didapatkan pada total *mean* variabel *Customer Retention* termasuk kedalam kategori Tinggi.

Untuk indikator indikator Ret1 “Rasa aman dan nyaman, serta kunjungan kembali pengguna” memiliki nilai rata-rata 3,83. Nilai tersebut menandakan Ret1, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ret1 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang

paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 23 dan 24 dalam indikator Ret1 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau netral dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,91 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,91. Nilai varian adalah 0,83 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Sa4 sebesar 0,83. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ret1 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 76,6%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ret1 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Ret2 “Penggunaan promosi” memiliki nilai rata-rata 3,92. Nilai tersebut menandakan Ret2, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ret2 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 25 dalam indikator Ret2 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau netral dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,83 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,83. Nilai varian adalah 0,70 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ret2 sebesar 0,70. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai mean indikator Ret2 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 78,4%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ret2 berada dalam kategori tinggi.

Untuk indikator indikator Ret3 “Menyarankan orang lain untuk mengunjungi *website*” memiliki nilai rata-rata 3,83. Nilai tersebut menandakan Ret3, responden rata-rata mengisi jawaban pada nilai 3 dan 4 yang berarti responden setuju dengan pernyataan yang ada pada indikator tersebut. Nilai median atau nilai tengah yang terdapat pada indikator Ret3 adalah 4 yang berarti rata-rata responden memberikan nilai 4 yang berarti setuju. Nilai modus atau nilai yang paling sering muncul adalah 4. Artinya, dalam 100 responden yang menjawab pernyataan 26 dan 27 dalam indikator Ret3 kebanyakan menjawab dengan nilai 4 atau setuju dengan setiap pernyataan pada indikator. Standar deviasi adalah 0,94 yang memiliki arti bahwa jarak antar data dengan nilai rata-ratanya sebesar 0,94. Nilai varian adalah 0,90 yang berarti bahwa sebaran data pada indikator Ret2 sebesar 0,90. Semakin besar nilai variansinya semakin beragam data yang didapatkan. Lalu dilakukan kalkulasi nilai *mean* indikator Ret3 ke dalam persentase yang menghasilkan nilai persentase sebesar 76,6%. Nilai tersebut jika dikonversikan ke dalam pengkategorian menunjukkan bahwa indikator Ret3 berada dalam kategori tinggi.

4.6 Pengaruh *Effectiveness* terhadap *Customer Retention*

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menduga bahwa adanya pengaruh antara variabel *Effectiveness* terhadap *Customer Retention*. Pengujian pertama yang akan dilakukan menggunakan uji korelasi *Pearson*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *Effectiveness* terhadap *Customer Retention*. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.10 Pengujian Korelasi *Pearson*

	<i>Customer Retention</i>
<i>Effectiveness Pearson Correlation</i>	0,475
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000
Banyak Data	100

Dapat dilihat pada Tabel 4.10 bahwa nilai signifikansi yang didapat adalah 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* yang didapat adalah 0,475. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa variabel *Effectiveness* memiliki hubungan terhadap variabel *Customer Retention*. Sedangkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,475 menunjukkan bahwa hubungan variabel *Effectiveness* berkorelasi sedang.

Setelah mengetahui besarnya hubungan antara variabel *Effectiveness* terhadap *Customer Retention* yang dilakukan selanjutnya adalah pengujian hipotesis pertama, yaitu untuk melihat adanya pengaruh antara variabel *Effectiveness* terhadap *Customer Retention* dengan menggunakan uji regresi sederhana. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.11 Pengujian Hipotesis 1

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B		
1	(Constant)	4,243	1,501	0,136
	<i>Effectiveness</i>	0,425	5,345	0,000

Dapat dilihat pada tabel 4.11 bahwa nilai t pada hasil uji sebesar 5,345 dan signifikansinya 0,000. Menurut (Ghozali, 2016) untuk menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen, adalah apabila nilai t statistik dari nilai t kritis yang terdapat pada t tabel. Pada t tabel diketahui nilai t kritisnya sebesar 1,9845. Nilai t hasil perhitungan statistik pada tabel 4.11 lebih dari nilai t kritis dalam t tabel. Maka, dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif yang menduga adanya pengaruh *Effectiveness* terhadap *Customer Retention* diterima.

Hasil regresi sederhana yang terdapat pada tabel 4.11 lalu dibuat persamaannya. Persamaan regresi dapat dilihat dalam persamaan 4.1, yaitu:

$$Y = 4,243 + 0,425X_1 \quad (4.1)$$

Pada persamaan 4.1 dapat diketahui jika variabel *Effectiveness* dianggap konstan, konstan diartikan jika nilai *Customer Retention* tetap sebesar 4,243 tanpa ada pengaruh dari variabel *Effectiveness*. Koefisien regresi *Effectiveness* (X_1) sebesar 0,425 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Effectiveness* (X_1), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar 0,425.

Tabel 4.12 Hasil Pengaruh Hipotesis 1

Model	R	R Square
1	0,475 ^a	0,226

Berdasarkan pada tabel 4.12 didapatkan nilai R sebesar 0,475, kemudian nilai *R square* sebesar 0,226. Nilai *R square* yang mendekati nilai 1 yang berarti variabel independen dapat menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai *R square* sebesar 0,226 menunjukkan bahwa variabel *Effectiveness* memiliki pengaruh sebesar 22,6% terhadap *Customer Retention*. Sisanya (100% - 22,6%) 77,4% adalah merupakan besar pengaruh yang terjadi pada *Customer Retention* dan tidak terdapat dalam model.

4.7 Pengaruh *Efficiency* terhadap *Customer Retention*

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menduga bahwa adanya pengaruh antara variabel *Efficiency* terhadap *Customer Retention*. Pengujian pertama yang akan dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson. Pengujian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *Efficiency* terhadap *Customer Retention*. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.13 Pengujian Korelasi Pearson

	<i>Customer Retention</i>
<i>Efficiency Pearson Correlation</i>	0,407
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000
Banyak Data	100

Dapat dilihat pada Tabel 4.13 bahwa nilai signifikansi yang didapat adalah 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* yang didapat adalah 0,407. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa variabel *Efficiency* memiliki hubungan terhadap variabel *Customer Retention*. Sedangkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,407 menunjukkan bahwa hubungan variabel *Effectiveness* berkorelasi sedang.

Setelah mengetahui besarnya hubungan antara variabel *Efficiency* terhadap *Customer Retention* yang dilakukan selanjutnya adalah pengujian hipotesis kedua, yaitu untuk melihat adanya pengaruh antara variabel *Efficiency* terhadap *Customer Retention* dengan menggunakan uji regresi sederhana. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis 2

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B			
1	(Constant)	7,543	2,824	0,006
	<i>Efficiency</i>	0,723	4,417	0,000

Dapat dilihat pada tabel 4.14 bahwa nilai t pada hasil uji sebesar 4,417 dan signifikansinya 0,000. Menurut (Ghozali, 2016) untuk menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel *independen* secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependen*, adalah apabila nilai t statistik dari nilai t kritis yang terdapat pada t tabel. Pada t tabel diketahui nilai t kritisnya sebesar 1,9845. Nilai t hasil perhitungan statistik pada tabel 4.14 lebih dari nilai t kritis dalam t tabel. Maka, dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif yang menduga adanya pengaruh *Efficiency* terhadap *Customer Retention* diterima.

Hasil regresi sederhana yang terdapat pada tabel 4.14 lalu dibuat persamaannya. Persamaan regresi dapat dilihat dalam persamaan 4.2, yaitu:

$$Y = 7,543 + 0,723X_2 \quad (4.2)$$

Pada Persamaan 4.2 dapat diketahui jika variabel *Effectiveness* dianggap konstan, konstan diartikan jika nilai *Customer Retention* tetap 7,543 tanpa ada pengaruh dari variabel *Effectiveness*. Koefisien regresi *Effectiveness* (X_2) sebesar 0,723 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Effectiveness* (X_2), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar 0,723.

Tabel 4.15 Hasil Pengaruh Hipotesis 2

Model	R	R Square
1	0,407 ^a	0,166

Berdasarkan pada tabel 4.15 didapatkan nilai R sebesar 0,407, kemudian nilai *R square* sebesar 0,166. Nilai *R square* yang mendekati nilai 1 yang berarti variabel independen dapat menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen* (Ghozali, 2016). Nilai *R square* sebesar 0,166 menunjukkan bahwa variabel *Efficiency* memiliki pengaruh sebesar 16,6% terhadap *Customer Retention*. Sisanya (100% - 16,6%) 83,4% adalah merupakan besar pengaruh yang terjadi pada *Customer Retention* dan tidak terdapat dalam model.

4.8 Pengaruh *Satisfaction* terhadap *Customer Retention*

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menduga bahwa adanya pengaruh antara variabel *Satisfaction* terhadap *Customer Retention*. Pengujian pertama yang akan dilakukan menggunakan uji korelasi *Pearson*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *Satisfaction* terhadap *Customer Retention*. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.16 Pengujian Korelasi Pearson

	<i>Customer Retention</i>
<i>Satisfaction Pearson Correlation</i>	0,667
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,000
Banyak Data	100

Dapat dilihat pada Tabel 4.16 bahwa nilai signifikansi yang didapat adalah 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* yang didapat adalah 0,667. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa variabel *Satisfaction* memiliki hubungan terhadap variabel *Customer Retention*. Sedangkan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,667 menunjukkan bahwa hubungan variabel *Satisfaction* berkorelasi kuat.

Setelah mengetahui besarnya hubungan antara variabel *Satisfaction* terhadap *Customer Retention* yang dilakukan selanjutnya adalah pengujian hipotesis ketiga, yaitu untuk melihat adanya pengaruh antara variabel *Satisfaction* terhadap *Customer Retention* dengan menggunakan uji regresi sederhana. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan

Tabel 4.17 Pengujian Hipotesis 3

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		t	Sig.
		B		
1	(Constant)	2,205	1,135	0,259
	<i>Satisfaction</i>	0,485	8,861	0,000

Dapat dilihat pada tabel 4.17 bahwa nilai t pada hasil uji sebesar 8,861 dan signifikansinya 0,000. Menurut (Ghozali, 2016) untuk menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel *independen* secara individual berpengaruh terhadap variabel *dependen*, adalah apabila nilai t statistik dari nilai t kritis yang terdapat pada t tabel. Pada t tabel diketahui nilai t kritisnya sebesar 1,9845. Nilai t hasil perhitungan statistik pada tabel 4.17 lebih dari nilai t kritis dalam t tabel. Maka, dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif yang menduga adanya pengaruh *Satisfaction* terhadap *Customer Retention* diterima.

Hasil regresi sederhana yang terdapat pada tabel 4.17 lalu dibuat persamaannya. Persamaan regresi dapat dilihat dalam persamaan 4.3, yaitu:

$$Y = 2,205 + 0,485X_3 \quad (4.3)$$

Pada persamaan 4.3 dapat diketahui jika variabel *Satisfaction* dianggap konstan, konstan diartikan jika nilai *Customer Retention* tetap 2,205 tanpa ada pengaruh dari variabel *Satisfaction*. Koefisien regresi *Satisfaction* (X_3) sebesar 0,485 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Satisfaction* (X_3), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar 0,485.

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Pengaruh Hipotesis 3

Model	R	R Square
1	0,667 ^a	0,445

Berdasarkan pada tabel 4.18 didapatkan nilai R sebesar 0,667, kemudian nilai *R square* sebesar 0,445. Nilai *R square* yang mendekati nilai 1 yang berarti variabel *independen* dapat menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen* (Ghozali, 2016). Nilai *R square* sebesar 0,445 menunjukkan bahwa variabel *Satisfaction* memiliki pengaruh sebesar 44,5% terhadap *Customer Retention*. Sisanya (100% - 44,5%) 55,5% adalah merupakan besar pengaruh yang terjadi pada *Customer Retention* dan tidak terdapat dalam model.

4.9 Pengaruh *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* terhadap *Customer Retention*

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menduga bahwa adanya pengaruh antara variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* secara bersama-sama terhadap *Customer Retention*. Pengujian pertama yang akan dilakukan menggunakan uji korelasi ganda. Pengujian ini dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* secara bersama-sama terhadap *Customer Retention*. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan.

Tabel 4.19 Pengujian Korelasi Ganda

	<i>Customer Retention</i>		Banyak Data
	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig. (1-tailed)</i>	
<i>Effectiveness</i>	0,475	0,000	100
<i>Efficiency</i>	0,407	0,000	100
<i>Satisfaction</i>	0,667	0,000	100

Dapat dilihat pada Tabel 4.19 bahwa nilai signifikansi yang didapat pada setiap variabel adalah 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* setiap variabel yang didapat adalah 0,475, 0,407, dan 0,667. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa semua variabel *Usability* memiliki hubungan terhadap variabel *Customer Retention*. Dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif pada variabel-variabel dalam *Usability* terhadap *Customer Retention*, semakin baik nilai *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* yang ada pada *website* maka semakin meningkat pula nilai *Customer Retention website* tersebut.

Setelah mengetahui besarnya hubungan antara variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* terhadap *Customer Retention* yang dilakukan selanjutnya adalah pengujian hipotesis keempat, yaitu untuk melihat adanya pengaruh antara variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* secara

bersama-sama terhadap *Customer Retention* dengan menggunakan uji regresi berganda. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan

Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis 4

Model		F	Sig.
1	<i>Regression</i>	25.742	,000 ^b
	<i>Residual</i>		
	<i>Total</i>		
a. <i>Dependent Variabel</i> : totalRet			
b. <i>Predictors</i> : totalefe, totalef, totalsat			

Dapat dilihat pada tabel 4.20 bahwa nilai F pada hasil uji sebesar 25.742 dan signifikansinya 0,000. Menurut (Ghozali, 2016) untuk menerima hipotesis yang menyatakan bahwa suatu variabel *independen* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependen*, adalah apabila nilai F statistik lebih dari nilai F kritis yang terdapat pada F tabel. Pada F tabel diketahui nilai F kritisnya sebesar 2,70. Nilai F hasil perhitungan statistik pada tabel 4.20 lebih dari nilai F kritis dalam F tabel. Maka, dapat disimpulkan, bahwa hipotesis alternatif yang menduga adanya pengaruh *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* secara bersama-sama terhadap *Customer Retention* diterima.

Tabel 4.21 Hasil Persamaan Hipotesis 4

Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>
		B
1	<i>(Constant)</i>	2.439
	<i>Effectiveness</i>	,018
	<i>Efficiency</i>	-,074
	<i>Satisfaction</i>	,494
a. <i>Dependent Variabel</i> : CustRet		

Hasil regresi berganda yang terdapat pada Tabel 4.21 lalu dibuat persamaannya. Persamaan regresi dapat dilihat dalam persamaan 4.4, yaitu:

$$Y = 2.439 + 0,018X_1 + (-0,074)X_2 + 0,494X_3 \quad (4.4)$$

Pada persamaan 4.21 dapat diketahui jika variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* dianggap konstan, konstan diartikan jika nilai *Customer Retention* tetap 2,439 tanpa ada pengaruh dari variabel lainnya. Koefisien regresi *Effectiveness* (X_1) sebesar 0,018 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Effectiveness* (X_1), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar 0,018. Koefisien bernilai positif maka menunjukkan semakin meningkat *Effectiveness* dari *website* Id.id maka akan semakin meningkat pula nilai *Customer Retention*nya.

Koefisien regresi *Efficiency* (X_2) sebesar -0,074 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Efficiency* (X_2), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar -0,074. Koefisien bernilai negatif maka menunjukkan semakin meningkat *Efficiency* dari *website* Jd.id maka akan semakin menurun nilai *Customer Retention*nya.

Koefisien regresi *Satisfaction* (X_3) sebesar 0,494 yang berarti setiap satu unit kenaikan yang terjadi pada *Satisfaction* (X_3), maka *Customer Retention* akan mengalami peningkatan sebesar 0,494. Koefisien bernilai positif maka menunjukkan semakin meningkat *Satisfaction* dari *website* Jd.id maka akan semakin meningkat nilai *Customer Retention*nya.

Tabel 4.22 Hasil Pengujian Pengaruh Hipotesis 4

Model	R	R Square
1	0,668 ^a	0,446

Berdasarkan pada tabel 4.22 didapatkan nilai R sebesar 0,668, kemudian nilai R *square* sebesar 0,446. Nilai R *square* yang mendekati nilai 1 yang berarti variabel *independen* dapat menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel *dependen* (Ghozali, 2016). Nilai R *square* sebesar 0,446 menunjukkan bahwa variabel *Usability* dalam hal ini variabel *Effectiveness*, *Efficiency* dan *Satisfaction* memiliki pengaruh sebesar 44,6% bersama-sama terhadap *Customer Retention*. Sisanya (100% - 44,6%) 55,4% adalah merupakan besar pengaruh yang terjadi pada *Customer Retention* dan tidak terdapat dalam model.