

## Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5g Di Kota Kalianda

Rinda Maharani<sup>1\*</sup>, Herwanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Muhammadiyah Kalianda

E-mail: [rindamahar22@gmail.com](mailto:rindamahar22@gmail.com)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerk.in.v4i1.2389>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 29 June 2025

Revised: 29 July 2025

Accepted: 25 August 2025

#### Kata Kunci

Green marketing,  
Environmental awareness,  
Sikap, Keputusan  
Pembelian, Lemonilo

#### Keywords

Green marketing,  
Environmental awareness,  
Attitude, Purchasing  
Decision, Lemonilo



### ABSTRACT

Smartphone telah menjadi kebutuhan penting masyarakat modern yang menunjang aktivitas sehari-hari, terutama dalam komunikasi dan produktivitas. Perkembangan teknologi dan peningkatan taraf hidup mendorong persaingan ketat antar produsen smartphone, termasuk Samsung, yang terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh celebrity endorsement, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang smartphone Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda secara parsial dan simultan. Metode dalam penelitian ini adalah Metode kuantitatif, populasi dan sampel yang digunakan adalah masyarakat kalianda sebanyak 108 responden. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan sumber data yang berasal dari data primer, dalam menganalisis menggunakan analisis uji asumsi klasik, uji regresi berganda, uji korelasi berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yang kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis bahwa variabel Celebrity Endorsement tidak berpengaruh positif tetapi signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai t-hitung  $-7,804 > t\text{-tabel } 1,659$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel Harga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai t-hitung  $0,643 < t\text{-tabel } 1,659$  dan nilai signifikansi  $0,522 > 0,05$ . Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dengan nilai t-hitung  $17,112 > t\text{-tabel } 1,659$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji hipotesis ke empat dibuktikan secara simultan menunjukkan bahwa F-hitung sebesar  $138,147 > F\text{-tabel } 2,69$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$  dan derajat bebas  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 104$ , yang berarti variabel celebrity endorsement (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y). Dengan demikian hipotesis pertama dan kedua tidak terbukti secara statistik, dan hipotesis ketiga diterima.

*Smartphones have become an important need for modern society that supports daily activities, especially in communication and productivity. Technological developments and increasing living standards encourage fierce competition between smartphone manufacturers, including Samsung, which continues to innovate to meet consumer needs. This study aims to analyze the influence of celebrity endorsement, price, and product quality on the repurchase intention of the Samsung Galaxy A34 5G smartphone in Kalianda City partially and simultaneously. The method in this study is a quantitative method, the population and sample used are the Kalianda community as many as 108 respondents. Data collection uses a questionnaire with data sources derived from primary data, in analyzing using classical assumption test analysis, multiple regression tests, multiple correlation tests, determination coefficient tests and hypothesis tests which are then analyzed using SPSS version 23. Based on the results of the analysis that the Celebrity Endorsement variable does not have a positive but significant effect on repurchase intention with a calculated t-value of  $-7.804 > t\text{-table } 1.659$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The Price variable has a positive but insignificant effect on repurchase interest with a t-count of  $0.643 < t\text{-table of } 1.659$  and a significance value of  $0.522 > 0.05$ . The Product Quality variable has a positive and significant effect on repurchase interest with a t-count*

of 17.112 > t-table of 1.659 and a significance value of 0.000 < 0.05. The results of the fourth hypothesis test are proven simultaneously showing that the F-count is 138.147 > F-table of 2.69 and significant 0.000 < 0.05 and degrees of freedom  $df_1 = 3$  and  $df_2 = 104$ , which means that the celebrity endorsement (X1), price (X2) and product quality (X3) variables simultaneously have a positive and significant effect on repurchase interest (Y). Thus, the first and second hypotheses are not statistically proven, and the third hypothesis is accepted.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

**How to Cite** Rinda Maharani, et al (2025) Pengaruh *Celebrity Endorsement*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone Samsung Galaxy A34 5g Di Kota Kalianda* , 4(1), 4850-4859 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2389>

## PENDAHULUAN

Smartphone merupakan salah satu kebutuhan masyarakat modern saat ini yang menunjang aktivitasnya. Kebutuhan ini begitu diperhatikan oleh perusahaan elektronik sehingga bermunculan berbagai merek-merek smartphone. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan dan produk yang digunakan. Kebutuhan smartphone telah menjadi bagian dari gaya hidup yang dianggap penting bagi sebagian besar masyarakat. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak smartphone yang menawarkan produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan teknologi komunikasi.

Smartphone memiliki fungsi seperti Personal Digital Assistant (PDA) untuk memudahkan aktivitas sehari-hari seperti kalender, buku tugas, kalkulator, catatan, dan berbagai fitur lainnya (Arianto et al., 2018). Dengan sistem operasinya, smartphone dapat membantu meningkatkan produktivitas (Fauzi, 2020). Permintaan terhadap smartphone yang semakin tinggi menyebabkan persaingan antar perusahaan kian ketat, sehingga banyak produsen menawarkan produk dengan beragam fitur dan kualitas (Haryanti et al., 2019). Dahulu dianggap barang mewah, kini smartphone menjadi kebutuhan pokok.

Kondisi ini menjadi peluang besar bagi perusahaan elektronik untuk memproduksi berbagai jenis dan merek ponsel. Produsen berlomba-lomba menarik minat konsumen. Perubahan generasi smartphone membawa inovasi dari layar hitam putih menjadi layar warna, dengan bentuk lebih ringan, serta fitur tambahan seperti SMS, MMS, games, email, MP3 player, Bluetooth, dan lainnya.

Persaingan produk smartphone yang sangat banyak, baik dari segi merek, tipe maupun fitur, membuat konsumen harus selektif dalam memilih. Konsumen cenderung memilih smartphone yang tidak hanya menarik tetapi juga berkualitas, sehingga memungkinkan terjadinya pembelian ulang. Salah satu produsen yang aktif di pasar adalah Samsung, yang terus berinovasi dalam menciptakan produk canggih dan modern.

Menurut Utami (2024), Samsung adalah merek smartphone yang paling digemari di Indonesia, digunakan oleh 29% responden. Persentase ini meningkat 4% dibandingkan tahun sebelumnya (Utomo, 2024). Pemilihan merek ini dipengaruhi oleh spesifikasi, fitur, dan harga. Peringkat berikutnya adalah Xiaomi, iPhone, Oppo, dan Vivo.

Produk Samsung Galaxy A34 5G menjadi salah satu andalan Samsung. Produk ini memiliki keunggulan pada layar, desain, kamera, dan baterai. Dibekali tiga kamera belakang dan satu kamera depan, serta desain elegan dengan pilihan warna menarik, produk ini dirancang untuk pasar mid-range. Selain itu, Samsung menunjuk Tiara Andini sebagai brand ambassador untuk menarik perhatian konsumen, menggunakan strategi celebrity endorsement yang kuat.

Menurut Duwila et al., (2022), celebrity endorsement adalah strategi menggunakan individu terkenal untuk mempromosikan produk agar lebih dikenal dan menarik minat konsumen. Selain itu, **harga** juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Harga Galaxy A34 5G berkisar antara Rp4.999.000 hingga Rp5.399.000 (tekno.kompas.com, 2023), dengan persepsi bahwa harga mencerminkan kualitas (Djou et al., 2021).

Kualitas produk merupakan aspek yang sangat menentukan loyalitas konsumen. Produk berkualitas tinggi mencerminkan keandalan, daya tahan, dan kepuasan pelanggan (Pride & Ferrel, dalam Hidayat et al., 2018). Dengan kualitas yang baik, konsumen cenderung melakukan pembelian ulang.

Minat beli ulang muncul setelah pengalaman pembelian sebelumnya yang memuaskan (Pratiwi et al., 2025). Jika konsumen merasa puas, maka akan timbul keinginan untuk kembali membeli produk yang sama (Rambe, 2017). Maka dari itu, pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang menjadi penting dalam merumuskan strategi pemasaran.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh celebrity endorsement, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang smartphone Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorsement, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli ulang smartphone Samsung Galaxy A34 5G. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kalianda, Lampung Selatan pada tahun 2025. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer, diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Kalianda yang telah membeli dan menggunakan smartphone Samsung Galaxy A34 5G. Sampel yang digunakan berjumlah 108 responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Variabel yang diteliti terdiri dari celebrity endorsement (X1), harga (X2), kualitas produk (X3), dan minat beli ulang (Y). Celebrity endorsement diukur melalui indikator visibility, credibility, attractiveness, dan power. Harga diukur berdasarkan persepsi keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, daya saing, dan manfaat. Kualitas produk diukur melalui keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan desain. Minat beli ulang mengacu pada keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang berdasarkan pengalaman positif terhadap produk yang sama.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Untuk menguji kualitas instrumen, dilakukan uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria reliabel jika nilai alpha lebih dari 0,6. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat kelayakan.

Analisis data dilakukan menggunakan software SPSS versi 23, dengan teknik analisis meliputi analisis regresi linear berganda untuk melihat pengaruh parsial dan simultan antar variabel, analisis korelasi berganda untuk melihat kekuatan hubungan, serta koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2012 dalam Loliyana et al., 2023).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel dan indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	<b>Celebrity Endorsement (X1)</b>			
	Item 1	0,689	0,1891	Valid
	Item 2	0,564	0,1891	Valid
	Item 3	0,750	0,1891	Valid
	Item 4	0,705	0,1891	Valid
2.	<b>Harga (X2)</b>			
	Item 1	0,614	0,1891	Valid
	Item 2	0,712	0,1891	Valid
	Item 3	0,726	0,1891	Valid

No.	Variabel dan indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
	Item 4	0,746	0,1891	Valid
<b>3.</b>	<b>Kualitas Produk (X3)</b>			
	Item 1	0,694	0,1891	Valid
	Item 2	0,692	0,1891	Valid
	Item 3	0,563	0,1891	Valid
	Item 4	0,520	0,1891	Valid
	Item 5	0,652	0,1891	Valid
	Item 6	0,636	0,1891	Valid
<b>4.</b>	<b>Minat Beli Ulang (Y)</b>			
	Item 1	0,757	0,1891	Valid
	Item 2	0,675	0,1891	Valid
	Item 3	0,075	0,1891	Valid
	Item 4	0,713	0,1891	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan Tabel 1, analisis uji validitas diketahui bahwa setiap variabel dari indikator yang digunakan menunjukkan, bahwa semua indikator yang mengukur variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel (0,1891) untuk sampel sebanyak 108 orang. Nilai r hitung yang disajikan dalam tabel tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan dinyatakan valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian, di mana kuesioner dianggap handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas, digunakan uji statistik Cronbach's alpha: suatu variabel dianggap reliabel (handal) jika memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	<i>Celebrity Endorsement</i>	0,611	0,60	Reliabel
2	Harga	0,650	0,60	Reliabel
3	Kualitas Produk	0,693	0,60	Reliabel
4	Minat beli ulang	0,677	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien alpha diandalkan dan reliabel untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti demikian, kuesioner ini terbukti efektif dan akurat dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

#### Uji Normalitas

Berikut adalah hasil perhitungan uji normalitas dari perhitungan uji *kolmogorov Smirnov* untuk variabel *celebrity endorsement*, harga, kualitas produk dan minat beli ulang adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02729871
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.039
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

d. This is a lower bound of the true significance

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil Tabel 3, perhitungan uji normalitas didapat nilai Sig 2 Tailed sebesar 0,200 yang mana menurut kriteria data tersebut diketahui bahwa nilai sig sebesar  $0,200 > 0,05$  sehingga bisa disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui nilai tolerance dan nilai variance inflation Factor (VIF) dalam hal ini adalah sebagai berikut:

Ho : Data tidak terjadi multikolonieritas

Ha : Data terjadi multikolonieritas Kriteria keputusan uji multikolonieritas:

- a) Jika tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\geq 10$ , maka Ho ditolak Ha diterima.
- b) Jika tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $\leq 10$ , maka Ho diterima Ha ditolak.

Tabel 4. Hasil Uji Multokolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Celebrity Endorsement</i>	.329	3.043
	Harga	.994	1.006
	Kualitas Produk	.522	3.050

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil Tabel 4, analisis menunjukkan dengan nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, hasil uji multikolonieritas menunjukkan bahwa data variabel *Celebrity endorsement*, Harga, dan kualitas produk tidak terjadi multikolonieritas.

### Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah analisis dalam model regresi yang digunakan untuk mengidentifikasi ketidaksamaan varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya.

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.409	1.053		1.338	.184
	<i>Celebrity Endorsement</i>	-.653	.084	-.598	-7.804	.000
	Harga	.027	.084	.028	.643	.522
	Kualitas Produk	1.019	.060	1.312	17.112	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil Tabel 5, dapat dilihat pada kolom kolom sig diperoleh nilai signifikansi  $> 0,05$  untuk variabel *Celebrity Endorsement* (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji glejser tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

### Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur seberapa kuat pengaruh variabel celebrity endorsement, harga dan kualitas produk, terhadap minat beli ulang smartphone samsung galaxy A34 5G di kota kalianda.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.409	1.053		1.338	.184
	Celebrity Endorsement	-.653	.084	-.598	-7.804	.000
	Harga	.027	.041	.028	.643	.522
	Kualitas Produk	1.109	.060	1.312	17.112	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa dari analisis regresi linear berganda diketahui nilai regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = 1.409 + -0,653X_1 + 0,027X_2 + 1,109X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Besarnya nilai konstan sebesar 1.409 merupakan potongan garis regresi dengan sumbu Y yang menunjukkan rata-rata minat beli ulang smartphone samsung galaxy A34 5G disebabkan oleh celebrity endorsement, harga dan kualitas produk.
- Koefisien regresi  $X_1 = -0,653$ , artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai variabel minat beli ulang mengalami kenaikan sebesar  $-0,653$  satuan. Begitu Pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari celebrity endorsement mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel minat beli ulang akan mengalami kenaikan sebesar  $-0,653$ .
- Koefisien regresi linear  $X_2 = 0,027$ , artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai variabel minat beli ulang mengalami kenaikan sebesar 0,02 satuan. Begitu Pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari minat beli ulang mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel harga akan mengalami penurunan sebesar 0,027.
- Koefisien regresi  $X_3 = 1,109$ , artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai variabel minat beli ulang mengalami kenaikan sebesar 1,109 satuan. Begitu Pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari kualitas produk mengalami penurunan 1 satuan, maka nilai dari variabel minat beli ulang akan mengalami kenaikan sebesar 1,109.

### Uji Korelasi Berganda

Secara parsial diketahui arah dan tingkat keeratan pengaruh serta signifikan korelasi dari masing-masing variabel dan dapat diketahui yang diteliti sebagaimana tabel perhitungan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 7. Hasil Uji Korelasi Berganda**

Correlations					
		Celebrity endorsement	Harga	Kualitas produk	Minat beli ulang
Celebrity endorsement	Pearson Correlation	1	.006	.819**	.477**
	Sig. (2-tailed)		.477	.000	.000
	N	108	108	108	108
Harga	Pearson Correlation	.006	1	.048	.088
	Sig. (2-tailed)	.477		.309	.181
	N	108	108	108	108
Kualitas produk	Pearson Correlation	.819**	.048	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.309		.000
	N	108	108	108	108
Minat beli ulang	Pearson Correlation	.477**	.088	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.181	.000	
	N	108	108	108	108

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan Tabel 7, Analisis *korelasi product moment* secara *parsial* berdasarkan *output* SPSS versi 23 di interpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai *r* hitung untuk hubungan *Celebrity Endorsement* (X1) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar 0,477 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,40 – 0,0599 (Tabel 3.3) yang berarti tingkat hubungan *Celebrity Endorsement* (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **sedang**. Diketahui nilai *sig. (2-tailed)* dari tabel *output* di atas diketahui nilai *sig. (2-tailed)* antara *Celebrity Endorsement* (X1) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel *Celebrity Endorsement* (X1) dengan variabel Minat Beli Ulang (Y).
2. Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai *r* hitung untuk hubungan Harga (X2) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar 0,088 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,00 – 0,199 (Tabel 3.3) yang berarti tingkat hubungan Harga (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **sangat rendah**. Diketahui nilai *sig. (2-tailed)* dari tabel *output* di atas diketahui nilai *sig. (2-tailed)* antara *Celebrity Endorsement* (X1) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Harga (X1) dengan variabel Minat Beli Ulang (Y).
3. Berdasarkan nilai *r* hitung (*pearson correlation*) diketahui nilai *r* hitung untuk hubungan Kualitas Produk (X2) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar 0,824 berdasarkan pedoman nilai interpretasi nilai koefisien korelasi berada pada rentang 0,80 – 1,000 (Tabel 3.3) yang berarti tingkat hubungan Harga (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y) termasuk pada tingkat hubungan yang **sangat kuat**. Diketahui nilai *sig. (2-tailed)* dari tabel *output* di atas diketahui nilai *sig. (2-tailed)* antara Kualitas Produk (X1) dengan Minat Beli Ulang (Y) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  yang berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X1) dengan variabel Minat Beli Ulang (Y).

**Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 <sup>a</sup>	.799	.794	1.042
a. Predictors: (Constant), celebrity endorsement, harga, kualitas produk				
b. Dependent Variable: minat beli ulang				

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui koefisien determinasi ( $R^2$ ) memperoleh nilai sebesar 0,799 hal ini berarti 79,9% minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel *celebrity endorsement*, harga, kualitas produk dan minat beli ulang *smartphone* samsung galaxy A34 5G di kota kalianda adalah sebesar 0,799 (79,9%).

**Uji Parsial (uji T)**

**Uji t atau parsial adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Kriteria pengujian uji t sebagai berikut:**

1. Jika nilai *t* hitung > *t* tabel maka hipotesis diterima artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai *t* hitung < *t* tabel maka hipotesis ditolak artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 9. Hasil Uji Parsial (uji T)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.409	1.053		1.338	.184
	<i>Celebrity endorsement</i>	-.653	.084	-.598	-7.804	.000
	Harga	.027	.041	.028	.643	.522
	Kualitas Produk	1.019	.060	1.312	17.112	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Pengaruh Variabel *Celebrity Endorsement* (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y), Berdasarkan hasil variabel X1 (*Celebrity Endorsement*) memperoleh nilai t-hitung sebesar = -7,804 dan tingkat signifikansi yaitu 0,000 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat t-tabel yaitu sebesar = 1.659. dapat diartikan bahwa nilai t-hitung > t-tabel sehingga hipotesis 1 (H1) diterima. Disimpulkan bahwa arah koefisien regresi positif namun signifikan berarti *celebrity endorsement* berpengaruh positif terhadap minat beli ulang tidak terbukti kebenarannya.

Pengaruh Variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y), Berdasarkan hasil uji pada variabel X2 (Harga) memperoleh nilai t-hitung sebesar = 0,643 dan tingkat signifikansi yaitu 0,522 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat t-tabel yaitu sebesar = 1,659. Dapat diartikan bahwa nilai t-hitung > t-tabel sehingga hipotesis 2 (H2) diterima. Disimpulkan bahwa arah koefisien regresi positif yang signifikan berarti harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang tidak terbukti kebenarannya.

Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y), Berdasarkan hasil uji pada variabel X3 (Kualitas Produk) memperoleh nilai t hitung sebesar = 17,112 dan tingkat signifikansi yaitu 0,005 dengan menggunakan nilai batas signifikansi 0,05 dan didapat t-tabel yaitu sebesar = 1,659. Dapat diartikan bahwa nilai t-hitung > t-tabel sehingga hipotesis 3 (H3) diterima. Disimpulkan bahwa arah koefisien regresi positif yang signifikan berarti Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang terbukti kebenarannya.

### Uji Simultan (Uji f)

Pengujian hipotesis secara simultan bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh variabel bebas X secara bersama-sama terhadap variabel terikat Y. Kriteria untuk pengujian uji F (simultan) adalah sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Simultan (uji f)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.995	3	149.998	138.147	.000
	Residual	112.922	104	1.086		b
	Total	562.917	107			

a. Dependent Variable: minat beli ulang

b. Predictors: (Constant), *celebrity endorsement*, kualitas produk, harga

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 23 (2025)

Berdasarkan hasil Tabel 10, hasil perhitungan uji f (simultan), seperti yang tertulis diatas, diketahui bahwa  $f_{hitung}$  sebesar 138,147 dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$  serta derajat kebebasan  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 104$ . Nilai  $F_{tabel}$  yang diperoleh adalah 2.69 sehingga nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka disimpulkan ke tiga variabel independen yaitu *celebrity endorsement*, harga, kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli ulang sehingga model regresi yang didapat layak digunakan untuk memprediksi.

## SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara *Celebrity Endorsement*, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda. berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada taraf signifikansi 5% dan menggunakan SPSS versi 23, maka kesimpulan yang didapatkan dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hasil uji hipotesis pertama (H1) untuk variabel *Celebrity Endorsement* (X1) telah diperoleh t-hitung sebesar (-7,804) > (1,659) t-tabel dan diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak H1 diterima atau dengan kata lain bahwa *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda adalah tidak terbukti kebenarannya.

Hasil uji hipotesis kedua (H2) untuk variabel Harga (X2) telah diperoleh t-hitung sebesar (0,643) < (1,659) t-tabel dan diperoleh nilai sig 0,522 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak H2 diterima atau dengan kata lain bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda adalah tidak terbukti kebenarannya.

Hasil uji hipotesis ketiga (H3) untuk variabel Kualitas Produk (X3) telah diperoleh nilai t-hitung sebesar (17,112) > (1,659) t-tabel dan diperoleh nilai sig 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak H3 diterima atau dengan kata lain Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda benar dan terbukti.

Hasil uji hipotesis keempat (H4) untuk variabel *Celebrity Endorsement* (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) telah diperoleh nilai F-hitung sebesar (138,147) > 2,69 F-tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima. Maka hal ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorsement*, Harga dan Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang *Smartphone* Samsung Galaxy A34 5G di Kota Kalianda adalah benar dan terbukti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1-14.
- Djou, D. R., Pudjiono, V. R., Ali, S., & Maratusaleha, M. (2021). Analisis Penetapan Harga dan Penilaian Opsi pada Perusahaan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(2), 510- 527.
- Duwila, Z., Supandi, A., & Ogi, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 269-278.
- Fauzi, M. (2020). Pengaruh celebrity endorser dan harga terhadap minat beli smartphone samsung dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa jurusan manajemen Upi yptk padang) (Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia" YPTK").
- Hidayat, R. R. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian”(Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Pratiwi, D., Soeliha, S., & Pramitasari, T. D. (2025). Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen smartphone Samsung pada toko ponsel Cempaka Cell di Kabupaten Situbondo dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(9), 2058-2076.
- Rambe, F. R. (2017). Pengaruh Brand Image terhadap keputusan pembelian produk smartphone samsung (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan) (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Utami, P., Udayana, I. B. N., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh Celebrity Endorsement Bintang Emon dan Social Media Marketing terhadap Purchase Intention Melalui Brand Trust pada Smartphone Samsung. *Al Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 67-79.

***Pengaruh Celebrity Endorsement, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Smartphone Samsung Galaxy A34 5g Di Kota Kalianda, Rinda Maharani, Herwanto***  
4859

Utomo, S. B., Laksmono, R., Kurniawan, R., & Judijanto, L. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 10(1), 507-513.