

## ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu pasar alat musik terbesar di Asia, industri alat musik di Indonesia tidak hanya menasar para musisi profesional saja namun juga kalangan menengah dan awam, tetapi pasar musik di Indonesia nampaknya terkendala oleh ketersediaan bahan baku kayu, terhambatnya pajak penjualan barang mewah (PPnBM), keengganan investor menanamkan modal di sektor industri alat musik ini, hal ini nampak pada turunnya jumlah unit usaha alat musik di Indonesia. Terkait pasar dalam negeri atas alat musik, hasil survey menunjukkan bahwa calon pembeli pemula yang akan membeli alat music dengan jenis musik yang diinginkan dan jenis alat yang diinginkan cenderung lebih sering menanyakan kepada karyawan toko musik terkait rekomendasi alat, jenis alat yang sesuai dengan jenis musik yang dimainkan atau langsung menanyakan tipe alat musik yang dicari dengan menyebut merk dan serinya. Calon pembeli pemula sangat jarang yang menanyakan jenis alat yang biasa dipakai oleh *selebriti endorser*. Seringnya event yang diselenggarakan toko musik di Semarang yang mengundang narasumber dari *brand* alat music untuk memberikan *review* alat baru atau sekadar hanya *coaching clinic* nampaknya masih belum mengakomodasi kegiatan *endorsement* alat musik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon pembeli pada Toko Alat Musik di Kota Semarang. Sampel penelitian sebanyak 140 responden, dengan menggunakan *Teknik Purposive Sampling*, yang lebih lanjut guna menjaga keberagaman karakteristik respondendilakukan *Snowball Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner yang diolah menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dari *Software Statistic Multivariat, Analysis Moment Structure*, AMOS. V 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Value*, sedangkan *Celebrity Endorser* dan *Perceived Value* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *Purchase Intention*.

**Kata Kunci :** *Celebrity Endorser, Perceived Value, Purchase Intention, pengguna alat musik di Kota Semarang*