Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisa relationship marketing terhadap pembentukan consumption value (studi kasus produk niche di dalam skena musik elektronik-pon your tone) = Analysis of relationship marketing towards the formation of consumption value (case study niche product in electronic music scene pon your tone) / Agrita Widiasari

Agrita Widiasari, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20454411&lokasi=lokal

----

Abstrak

ABSTRAK
Musik elektronik sebagai bagian dari industri musik di Indonesia memiliki potensi yang cukup besar dan berkembang pesat.Potensi pasar yang besar ini dimanfaatkan oleh para penyelenggara acara musik festival sehingga muncul banyak festival musik elektronik di Indonesia. Para penyelenggara acara musik melakukan perebutan pangsa pasar yang kurang lebih beririsan dan mengekploitasi pasar yang sudah lama terbentuk. Pon Your Tone muncul sebagai produk niche yang keluar dari pasar yang sudah ada dan keluar dari persaingan perebutan pasar festival musik elektronik. Penelitian ilmiah ini menjelaskan proses komunikasi pemasaran dalam pembentukan nilai konsumsi pada produk niche di skena musik elektronik menggunakan teori Relationship Marketing. Penelitian ini menggunakan studi kasus dalam pendekatan kualitatif yang menghasilkan proses penggunaan relationship marketing sebagai upaya komunikasi pemasaran yang strategis dalam membentuk persepsi konsumen tentang nilai manfaat pada produk niche di dalam skena musik elektronik. Penelitian ini menjelaskan bagaimana produk dengan segmentasi kecil dapat membentuk pasar baru di dalam industri musik elektronik, unggul dalam mempertahankan loyalitas konsumen, serta membentuk nilai konsumsi produk yang kuat. Dapat disimpulkan, praktik relationship marketing memiliki unsure komunikasi interaktif yang dapat membangun persepsi konsumen tentang nilai-nilai produk yang menguntungkan aktivitas ekonomi bagi produsen.
<hr />
ABSTRACT
Electronic music as part of the music industry in Indonesia has considerable potential and growing rapidly. This large potential market untapped by the event organizers of the music festival so it appears a lot of electronic music festivals in Indonesia. The music event organizer do a scramble for market share is more or less similar and exploit a market that had long been established. Pon Your Tone appears as a niche product that comes out of existing markets and out of competition market scramble electronic music festival. Scientific research, describes the process of marketing communication in the formation of value of consumption on a niche product in the electronic music scene using theories of Relationship Marketing. This research used a qualitative approach of case studies in the process of generating the use of relationship marketing as a strategic marketing communications efforts in shaping consumer perceptions about the value of the benefits on a niche product in the electronic music scene. This research explains how the products with small segmentation can shape new markets in the electronic music industry excels in maintaining consumer loyalty, as well as forming a strong product consumption value. It can be inferred, the practice of relationship marketing has elements of interactive communication which can build the perception of consumers about the value of profitable economic activity products for manufacturers.