

BAB V

Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan bahwa sebagai musisi indie dalam aktivitas bauran pemasaran di Koma KAI Terrace Semarang, Evenless menerapkan bauran pemasaran *marketing mix 4P* dan *Promotion Mix* untuk mempromosikan produk mereka.

Dalam bauran Marketing mix 4P, Evenless mempunyai Produk (*product*) berupa mini album digital, mini album fisik dan merchandise kaos band Evenless. Evenless memilih Koma KAI Terrace Semarang sebagai tempat (*Place*) dalam aktivitas bauran pemasaran dengan melakukan konser musik perilisasi mini album mereka berjudul “Uno duo septem”. Dalam hal biaya (*Price*), Evenless mengeluarkan biaya lebih untuk melakukan konser, namun mendapat pemasukan yang lebih dari hasil penjualan merchandise. Evenless menggunakan media sosial Instagram dan juga secara langsung untuk melakukan Promosi (*Promotion*).

Evenless melakukan promosi dengan menerapkan bauran pemasaran *Promotion Mix*, yaitu dengan menerapkan iklan (*Advertising*) menggunakan iklan poster digital melalui media sosial Instagram. Dalam meyakinkan pembeli untuk membeli produk yang dimiliki, Evenless menerapkan *Sales Promotion* dengan menjual produk bundling atau paket kaos band Evenless dengan mendapatkan gratis CD, pin button, stiker. Evenless menerapkan *public relations* dengan menjalin kerjasama bersama toko album musik deMajors dalam melakukan konser musik, karena memiliki pasar yang mendukung, yaitu penikmat musik. Dalam melakukan promosi secara langsung, Evenless melakukan konser musik perilisasi mini album didepan khalayak secara langsung bertempat di Koma KAI Terrace Semarang. Dalam melakukan promosi produk dengan pendekatan personal (*Personal Selling*), Evenless berkomunikasi kepada beberapa orang yang hadir dalam

aktivitas konser musik Evenless, dan menawarkan secara langsung kepada beberapa individu terkait produk yang dijual oleh Evenless.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Dari Peneliti Untuk Band Evenless

Setelah melakukan penelitian, terdapat beberapa saran dari peneliti kepada band Evenless sebagai band indie:

1. Melakukan aktivitas pemasaran dengan konser musik tidak hanya dalam satu tempat saja, bahkan sebaiknya berbeda kota. Dengan begitu, aktivitas pemasaran akan lebih luas lagi jangkauannya.
2. Lebih memperbanyak konser musik secara offline, dalam hal ini tempat menjadi hal yang terpenting dalam konser musik karena dalam konser musik di suatu tempat dengan bertemu banyak audience, dengan begitu terjadi aktivitas bauran pemasaran atau promosi secara offline.