

ABSTRAK

Sarasvati Band adalah salah satu band indie kota Bandung yang bergenre musik pop yang menjual produk barang dan jasanya menggunakan upaya-upaya *Product Positioning*. Sarasvati adalah band yang mengangkat tema horor dimana lirik-lirik lagunya menceritakan kisah orang-orang yang telah meninggal. Mereka merupakan band yang menawarkan musik, *story telling*, dan teater.

Skripsi yang ditulis oleh penulis berjudul “**UPAYA PRODUCT POSITIONING PADA PENUALAN KARYA MUSIK SARASVATI BAND**” dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan *product positioning* yang telah dilakukan oleh band Sarasvati.
2. Sejauh mana pengaruh upaya *product positioning* terhadap penjualan karya-karya musik dan produk band Sarasvati.

Adapun batasan masalah yang membatasi skripsi ini adalah untuk memfokuskan permasalahan yang akan dibahas, maka penulis dalam hal ini membatasi permasalahan pada alternatif *Product Positioning* yang dirumuskan dalam penelitian ini ditunjukkan untuk musisi-musisi indie dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Kata kunci : *Product Positioning*, Citra, Sarasvati, Manajemen, Produk.