

## Lampiran 1

**PEDOMAN WAWANCARA****A. Strategi Personal Selling**

1. Strategi komunikasi pemasaran apa saja yang digunakan PT. LG dalam memasarkan OLED TV?
2. Mengapa PT. LG menggunakan *personal selling* sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran OLED TV?
3. Bagaimana gambaran *personal selling* yang dilakukan perusahaan ini dalam memasarkan produknya?
4. Persiapan apa saja yang dilakukan dalam melakukan *personal selling*?
5. Bagaimana langkah-langkah strategi *personal selling* yang dilakukan dalam melakukan penjualan?
6. Bagaimana strategi pendekatan individual yang dilakukan dalam melakukan *personal selling*?
7. Media apa saja yang digunakan dalam melakukan *personal selling* untuk menarik minat konsumen?
8. Berapa jumlah tenaga kerja *personal selling* yang dimiliki oleh PT. LG Electronics Indonesia Cabang Surabaya?
9. Bagaimana kriteria pemilihan tenaga kerja *personal selling*?
10. Siapa saja yang menjadi target dari strategi komunikasi pemasaran melalui *personal selling*?
11. Bagaimana aktivitas tenaga *personal selling* dalam melakukan komunikasi pemasaran?

**B. Strategi Umum**

1. Apakah benar penjualan *personal selling* dapat memudahkan perusahaan dalam analisis pasar secara akurat?
2. Apa yang dilakukan perusahaan dalam memetakan potensi pasar OLED TV?
3. Apakah dengan mengeluarkan produk OLED TV perusahaan dapat menjawab secara langsung akan beragamnya keinginan pasar?
4. Apakah dengan melakukan penjualan *personal selling* lebih memudahkan perusahaan mendapatkan informasi tentang reaksi pasar terhadap produk/layanan dari pesaing?
5. Apakah dengan penjualan *personal selling* perusahaan dapat mendefinisikan masalah dilapangan, sekaligus mencari solusinya secara langsung?

6. Apakah dengan penjualan *personal selling* dapat membangun persepsi masyarakat, dengan menciptakan standar pelayanan, misalnya dalam hal keramahan, kedekatan fisik, kepedulian sosial, kinerja serta penampilan?
7. Apakah benar *personal selling* dapat mempertahankan pelanggan dengan melakukan komunikasi dua arah dengan tujuan awal meningkatkan penjualan?

### **C. Strategi Pendekatan Individual**

1. Dalam pendekatan individual bagaimana cara *personal selling* dalam menarik perhatian konsumen?
2. Dalam menarik perhatian konsumen tersebut apa saja yang harus dilakukan?
3. Bagaimana cara *personal selling* menawarkan produk OLED TV agar menarik minat konsumen?
4. Bagaimana cara *personal selling* meyakinkan produk OLED TV kepada konsumen, agar menarik hasrat konsumen untuk membeli?
5. Tindakan seperti apa yang dilakukan *personal selling* dalam proses penutupan penjualan agar konsumen menentukan pembelian barang?
6. Hal apa yang dilakukan *personal selling* setelah pengambilan keputusan pembelian konsumen, agar konsumen puas terhadap produk yang dibeli?
7. Adakah Tindak lanjut (*follow up*) yang dilakukan tenaga *personal selling*? Apabila ada, tindak lanjut (*follow up*) apa saja yang dilakukan tenaga *personal selling*?

### **D. Konsumen**

1. “Apakah benar strategi *personal selling* digunakan PT. LG dalam memasarkan OLED TV”?
2. “Bagaimana gambaran *personal selling* yang dilakukan sales atau promotor LG dalam memasarkan produknya OLED TV”?
3. “Media apa saja yang digunakan dalam melakukan *personal selling* untuk menarik minat konsumen”?
4. “Apakah benar kriteria tenaga kerja *personal selling* LG berpenampilan menarik”?
5. “Bagaimana aktivitas tenaga *personal selling* LG dalam melakukan komunikasi pemasaran”?
6. “Dalam pendekatan individual bagaimana cara *personal selling* dalam menarik perhatian konsumen?”
7. “Dalam menarik perhatian konsumen tersebut apa saja yang dilakukan sales person LG ke Ibu atau bapak”?

8. “Adakah Tindak lanjut (*follow up*) yang dilakukan tenaga *personal selling*,? Apabila ada, tindak lanjut (*follow up*) apa saja yang dilakukan tenaga *personal selling*”?
9. “Bagaimana cara *personal selling* meyakinkan produk OLED TV kepada Bapak/Ibu sehingga tertarik untuk membeli”?