

A. Pedoman Wawancara

Dalam penelitian ini penulis menyiapkan beberapa pertanyaan untuk narasumber atau informan untuk memperoleh informasi atau data mengenai objek penelitian kepada pemilik usaha.

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pertanyaan
1.	Strategi pemasaran	Product (produk)	1. Kualitas produk	1. Apa yang menjadi keunggulan utama dari produk kopi <i>Alta coffee</i> Toraja? 2. Apa yang membedakan kopi <i>Alta coffee</i> Toraja dengan kopi dari merek lain?
		Price (Harga)	1. Keterjangkauan harga	1. Bagaimana penetapan harga dari produk yang ditawarkan kepada konsumen?
		Place (Distribusi)	1. Kemudahan akses konsumen	1. Apakah tempat usaha <i>Alta coffee</i> Toraja mudah untuk

			2. Cakupan wilayah	<p>dijangkau setiap pelanggan?</p> <p>2. Bagaimana strategi <i>Alta coffee</i> dalam memperluas jangkauan pasar ke wilayah lain?</p>
		Promotion (Promosi)	<p>1. Promosi di tingkat lokal</p> <p>2. Efektivitas iklan</p>	<p>1. Apakah <i>Alta coffee</i> melakukan promosi langsung di Toraja, seperti festival atau acara budaya?</p> <p>2. Sejauh mana efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran merek <i>Alta coffee</i> Toraja?</p>
2.	Strategi Pemasaran Terintegrasi	Periklanan	<p>1. Media yang digunakan</p> <p>2. Target audiens</p>	<p>1. Apa saja media yang digunakan <i>Alta coffee</i> untuk meningkatkan produk?</p> <p>2. Siapa target utama dari iklan produk ini (usia, lokasi, atau segmen pasar</p>
				tertentu)

		Promosi penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis promosi 2. Sasaran promosi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi apa yang paling sering dilakukan (diskon, kupon, dan bundling)? 2. Bagaimana respon pelanggan terhadap promosi yang ditawarkan?
		Penjualan personal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi interaksi 2. Hubungan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana <i>Alta coffee</i> berinteraksi langsung dengan pelanggan?
		Pemasaran langsung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Respons pelanggan 2. Media komunikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saluran apa yang digunakan untuk pemasaran langsung? 2. Seberapa sering promosi langsung dikirimkan kepada pelanggan?

B. Transkrip wawancara

NO.	Pertanyaan	Jawaban
-----	------------	---------

1.	Apa yang menjadi keunggulan utama dari produk kopi <i>Alta coffee</i> Toraja?	keunggulan utama dari produk <i>Alta coffee</i> Toraja adalah kualitas biji kopi Robusta tunggal
2.	Bagaimana penetapan harga dari produk yang ditawarkan kepada konsumen?	<i>Alta coffee</i> menawarkan harga kepada konsumen berbeda-beda, mengikuti kemasan produknya. Untuk harga produk mulai dari Rp. 100.000/kemasan (200g) hingga Rp. 200.000/kemasan (500g).
3.	Apakah tempat usaha <i>Alta coffee</i> Toraja mudah untuk dijangkau setiap pelanggan?	<i>Alta coffee</i> Toraja berlokasi di Dusun Pauan, lembang sesesalu, kecamatan masanda. Lokasi <i>Alta coffee</i> Toraja cukup mudah diakses. Bagi yang menggunakan kendaraan pribadi, telah disediakan area parkir.
4.	Bagaimana strategi <i>Alta coffee</i> dalam memperluas jangkauan	memulai dengan memahami pasar, baik dari segi daya beli

	pasar ke wilayah lain?	konsumen maupun standar kualitas yang diharapkan.
--	------------------------	---

5.	Apakah <i>Alta coffee</i> melakukan promosi langsung di Toraja, seperti festival atau acara budaya?	Iya, <i>Alta coffee</i> aktif melakukan promosi di tingkat lokal, terutama melalui partisipasi dalam festival dan acara budaya di Toraja.
6.	Sejauh mana efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran merek <i>Alta coffee</i> Toraja?	Belum menggunakan media social dengan maksimal, tapi media sosial sangat membantu dalam memperkenalkan <i>Alta coffee</i> Toraja terutama kepada generasi muda dan wisatawan.
7.	Apa saja media yang digunakan <i>Alta coffee</i> untuk meningkatkan produk?	Media yang digunakan yaitu, Facebook dan Instagram. Untuk promosi offline, promosi yang digunakan yaitu melalui tootoko kecil, dan promosi offline, berpartisipasi di acara lokal seperti festival budaya dan pameran kuliner.
8.	Siapa target utama dari iklan produk ini (usia, lokasi, atau segmen pasar tertentu)	target utama yaitu usia 18 hingga 45 tahun,

9.	Promosi apa yang paling sering dilakukan (diskon, kupon, dan bundling)?	promosi yang sering dilakukan adalah diskon harga.
10.	Bagaimana respon pelanggan terhadap promosi yang ditawarkan?	respon pelanggan terhadap promosi yang di tawarkan cukup baik. Ada pelanggan merasa senang dengan adanya diskon atau promo, terutama pada saat hari raya atau hari kemerdekaan.
11.	Bagaimana <i>Alta coffee</i> langsung berinteraksi dengan pelanggan?	interaksi dengan pelanggan yaitu dengan cara event dan pameran kopi
12.	Saluran apa yang digunakan untuk pemasaran langsung?	<i>Alta coffee</i> Toraja menggunakan saluran yaitu saluran online dan offline. Secara offline, penjualan di toko di Toraja dan event seperti pameran kopi atau bazar lokal.
		Untuk online, menggunakan media sosial dan pesan instan seperti WhatsApp.

C. Dokumentasi

