

LAMPIRAN

Lampiran

Interview Guide

➤ **Owner More Vapor :**

1. Bagaimana sejarah berdirinya More Vapor?
2. Apa yang menjadi visi, misi dan tujuan dari More Vapor ?
3. Bagaimana struktur organisasi More Vapor beserta penjabaran tugas dan wewenang?
4. Dari mana ide anda menciptakan atau melakukan inovasi pada rokok elektrik ?
5. Bagaimana respon pasar terhadap More Vapor?

➤ **General Manager More Vapor :**

1. Siapa yang menjadi target market More Vapor?
2. Bagaimana cara pemasaran More Vapor?
3. Sebutkan program-program pemasaran yang dilakukan pihak manajemen More Vapor untuk menunjang kegiatan pemasarannya?
4. Strategi komunikasi pemasaran apa yang dilakukan oleh More Vapor untuk menarik minat konsumen?
5. Langkah apa saja yang sudah dilakukan More Vapor dalam menunjang pemasaran ?
6. Sebagai *brand* vapor baru, bagaimana strategi promosi yang dilakukan More Vapor untuk menarik minat konsumen ?

7. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan More Vapor sudah tepat sasaran dan sesuai dengan harapan ?
8. Apa kendala pemasaran More Vapor?

➤ **Konsumen :**

1. Bagaimana respon anda terhadap More Vapor?
2. Dari mana anda tahu produk More Vapor?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli di More Vapor?

Lampiran

Interview / Wawancara Kepada More Vapor Menejemen dan Konsumen More Vapor

➤ **Owner More Vapor :Robertus Bryan Alvano**

1. Bagaimana sejarah berdirinya More Vapor?

“More Vapor berdiri April 2014, awal mulanya saya membeli satu rokok elektrik untuk iseng buat saya, terus saya rasa kok menarik ini, sepertinya bakalan *booming* ini besok, lalu saya memberanikan diri untuk membeli banyak dan menjualnya kembali.. eh kok laris ya udah saya putuskan alih bisnis saya dari usaha buka took petshop saya ganti jadi vapeshop sekarang mas.

2. Apa yang menjadi visi, misi dan tujuan dari More Vapor?

Visi & Misi More Vapor sendiri ialah menjadi salah satu took *pioneer* di Yogyakarta. Toko yang lebih, seperti lebih lengkap, lebih murah, lebih berkualitas dan lebih baik dalam servis terhadap pelanggan dan yang lainnya.

3. Bagaimana struktur organisasi More Vapor beserta penjabaran tugas dan wewenang?



4. Dari mana ide anda menciptakan atau melakukan inovasi pada rokok elektrik ?

Ya itu tadi mas, saya beli rokok elektrik atau vapor itu masih yang kecil seukuran bolpoint, dulu belinya online di Jakarta. Saya punya feeling bakal booming aja suatu saat vapor ini, lalu saya membuka more vapor dan cabang-cabang yang lainnya. Tidak hanya menyediakan Device (Alatnya) saya juga membuat liquid nya (cairan untuk mengisinya). Untuk ide dalam inovasi rokok elektrik saya hanya menuangkan ide saya dalam konsep liquid nya saja mas, karena saya hanya bias membuat liquid nya saja. Entah itu dalam hal rasa, kemasan atau aksesoris lainnya.

5. Bagaimana respon pasar terhadap More Vapor?

Konsumen menanggapinya dengan baik, mereka langsung mencari tahu apa fungsi dan kegunaan vapor itu sendiri. Walaupun bertahap dulu ya mas, maksudnya dari sedikit pelanggan dulu dan sekarang konsumen mulai banyak mas di Yogyakarta ini.

➤ **General Manager More Vapor : Azari Aprianto**

1. Siapa yang menjadi target market More Vapor?

Lebih cenderung ke usia yang lebih dari 18 tahun sesuai dengan peraturan yang dibuat, jadi lebih mahasiswa atau orang kantoran mas.

2. Bagaimana cara pemasaran More Vapor?

Untuk pemasaran dari More Vapor kita lebih cenderung ke digital, karena rata-rata orang sekarang sudah memiliki smartphone jadi lebih mudah untuk berbagi info produk tersebut.

3. Sebutkan program-program pemasaran yang dilakukan pihak manajemen More Vapor untuk menunjang kegiatan pemasarannya?

Banyak mas, ada bazar, terus ada promo, diskon, buy one get one, give away dan kita ngadainnya kadang satu bulan bias beberapa kali.

4. Strategi komunikasi pemasaran apa yang dilakukan oleh MoreVapor untuk menarik minat konsumen?

Strategi pemasarannya ya kami mengiklankan di media social, karena hampir 70% pengguna Vapor adalah orang yang aktif menggunakan media sosial.

5. Langkah apa saja yang sudah dilakukan More Vapor dalam menunjang pemasaran ?

Sering mengadakan diskon atau promosi di suatu bazar atau took kita sendiri, itu sangat membantu memasarkan.

6. Sebagai *brand* vapor baru, bagaimana strategi promosi yang dilakukan More Vapor untuk menarik minat konsumen ?

Memberi sesuatu yang beda dari pada yang lain, yang lebih menarik Contohnya adalah mendatangkan produk-produk yang sedang booming mas, entah itu dari alat nya atau bias jadi dari liquidnya juga mas.

7. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan More Vapor sudah tepat sasaran dan sesuai dengan harapan ?

Tepat dan sesuai harapan.

8. Apa kendala pemasaran More Vapor?

Masih banyak beberapa orang yang masih merasa vaporizer itu belum efektif untuk menjadi sarana pengganti rokok, jadi mereka masih banyak yang memilih rokok konvensional, karena lebih murah dan nggak ribet.

➤ **Konsumen : NurYulianto, Pegawai Bank BTN Sudirman**

1. Bagaimana respon anda terhadap More Vapor?

Lengkap mas untuk produk-produk yang di jual di toko more vapor dan cabang lainnya.pelayanannya juga ramah dan santai, jadi untuk sharing pun enak.

2. Dari mana anda tahu produk More Vapor?

Dari teman, lalu saya mengecek media social nya terlebih dahulu seperti Instagram nya.

3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli di More Vapor?

Harganya terjangkau daripada toko yang lainnya, tempatnya juga nyaman kita boleh lama-lama di took ini karena disediakan tempat duduk yang nyaman, dan pegawainya juga sangat ramah-ramah.