

Interview Guide

Proses Perencanaan

1. Bagaimana Simply Homy Yogyakarta melakukan perencanaan promosi?
2. Bagaimana yang dilakukan Simply Homy Yogyakarta pada proses perencanaan?
3. Apakah tujuan dari proses perencanaan promosi yang dilakukan Simply Homy Yogyakarta?
4. Siapa saja yang menjadi segmentasi pengunjung di Simply Homy Yogyakarta?
5. Mengapa memilih segmentasi pengunjung tersebut?
6. Bagaimana Simply Homy Yogyakarta menetapkan anggaran promosi yang digunakan?
7. Bagaimana dengan anggaran promosi tersebut sudah mencapai hasil pengunjung yang diharapkan?

Proses Implementasi

1. Aktivitas promosi seperti apa yang digunakan Simply Homy Yogyakarta?
2. Bagaimana Simply Homy Yogyakarta menggunakan Bauran promosi?
3. Mengapa memilih bentuk bauran promosi tersebut?
4. Faktor apa sajakah yang menjadi pendukung kegiatan promosi?
5. Pihak mana saja yang diajak bekerjasama dalam kegiatan promosi

7. Mengapa memilih menggunakan media tersebut?
8. Bagaimana bentuk *sales support*/alat bantu penjualan yang digunakan dalam kegiatan promosi?
9. Mengapa memilih menggunakan media tersebut?
10. Bentuk *public relations* apa saja yang digunakan dalam berpromosi?
11. Mengapa memilih melakukan kegiatan *public relations* dalam berpromosi?
12. Apa saja yang dilakukan dalam melakukan *personal selling* dalam berpromosi?
13. Mengapa memilih melakukan kegiatan *personal selling* dalam berpromosi?

Evaluasi

1. Bagaimana evaluasi yang telah dijalankan Simply Homy Yogyakarta?
2. Berapa kali dalam setahun Simply Homy Yogyakarta melakukan evaluasi mengenai aktivitas promosi?
3. Bagaimana sumber informasi yang dibutuhkan oleh Simply Homy Yogyakarta dalam melakukan evaluasi?
4. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dari pelaksanaan aktivitas promosi yang telah dijalankan oleh Simply Homy Yogyakarta dalam