

Lampiran 1.

A. Pertanyaan Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini dibuat untuk kepentingan pengumpulan data. Berikut adalah daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada *sales marketing* di Perumahan Kedaton Homes Semarang:

1. Apakah dalam berkomunikasi dengan konsumen, Anda menggunakan strategi komunikasi?
2. Pernahkah anda mengetahui tentang *hypnotic selling* dalam pemasaran?
3. Dalam memasarkan suatu produk, komunikasi seperti apakah yang disampaikan kepada konsumen?
4. Dalam memasarkan suatu produk, komunikasi seperti apakah yang disampaikan kepada konsumen untuk membuat konsumen terikat terhadap penawaran anda?
5. Dalam memasarkan suatu produk, komunikasi seperti apakah yang disampaikan kepada konsumen untuk segera membuat konsumen memutuskan pembelian terhadap produk anda?
6. Mengapa anda memilih untuk menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling* dalam memasarkan produk yang anda tawarkan?
7. Hal-hal apa sajakah yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling*?

8. Apa sajakah kesiapan Anda dalam menghadapi konsumen?
9. Sejak kapan anda bekerja sebagai *sales marketing* di perumahan Kedaton Homes?
10. Selama bekerja disini, sudah berapa kali *closing* dan berapa pencapaian target dalam penjualan anda?

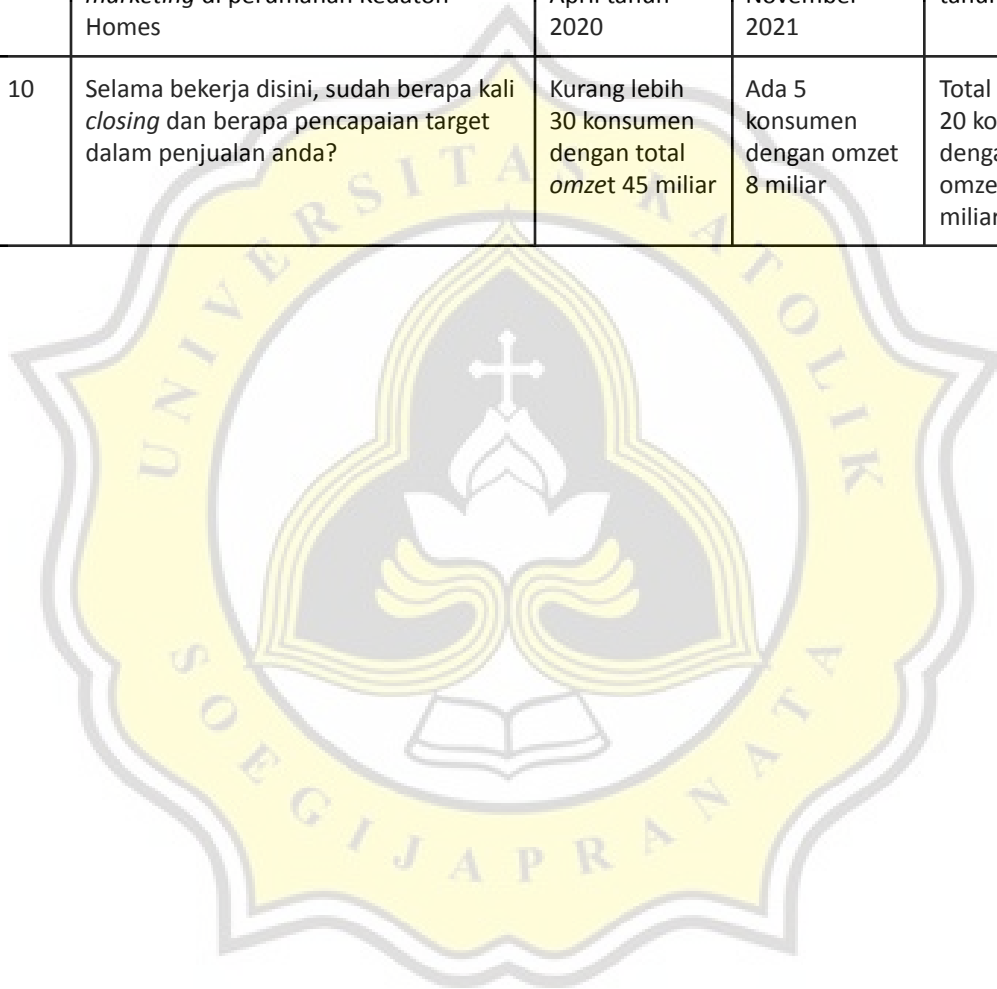


Lampiran 2.

Hasil Wawancara Singkat:

No	Informasi	Sales Marketing (Adhit)	Sales Marketing (Lisson)	Sales Marketing (Putri)	Sales Marketing (Zuna)
1	Menggunakan strategi komunikasi dalam memasarkan produk	Ya	Ya	Ya	Ya
2	Pernah mengetahui tentang <i>hypnotic selling</i> ?	Ya, pernah.	Ya, pernah	Ya, pernah	Ya, pernah
3	Strategi komunikasi yang diterapkan?	<i>Eye Contact</i> dan <i>Chemistry</i>	Membuat nyaman konsumen dengan ngobrol	Mengenal kebutuhan konsumen dalam pembicaraan	Menawarkan produk dengan promo terbaik
4	Komunikasi seperti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk?	Komunikasi yang mengikat (Hubungan jangka panjang)	Komunikasi yang nyambung, menggali keinginan konsumen	Komunikasi yang dekat (supaya bisa lebih saling mengenal)	Komunikasi yang baik dan satu arah.
5	Strategi komunikasi <i>hypnotic selling</i> apakah berpengaruh?	Ya	Ya	Ya	Ya
6	Mengapa menerapkan strategi <i>hypnotic selling</i> dalam penjualan anda?	Karena pasti <i>closing</i>	Kebanyakan konsumen akhirnya beli	Daya tarik yang bagus untuk menciptakan minat beli konsumen	Membuat konsumen akhirnya ingin membeli produk
7	Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi <i>hypnotic selling</i> ?	Bahasa yang mudah dipahami bersama, Tatapan mata dan kenyamanan untuk menerima sugesti	Tatapan mata yang meyakinkan, bahasa tubuh yang meyakinkan dan pengetahuan mengenai produk untuk	Bahasa tubuh, menaikkan daya tarik dengan suasana yang ada dalam menggunakan produk	

			meyakinkan		
8	Kesiapan untuk menghadapi konsumen	Penampilan harus rapi dan nyaman	Penampilan dan <i>product knowledge</i>	Penampilan	
9	Sejak kapan anda bekerja sebagai <i>sales marketing</i> di perumahan Kedaton Homes	Sejak awal April tahun 2020	Sejak 15 November 2021	Sejak Januari tahun 2020	Sejak 15 November 2021
10	Selama bekerja disini, sudah berapa kali <i>closing</i> dan berapa pencapaian target dalam penjualan anda?	Kurang lebih 30 konsumen dengan total omzet 45 miliar	Ada 5 konsumen dengan omzet 8 miliar	Total estimasi 20 konsumen dengan total omzet 20 miliar	Total 4 konsumen dengan omzet 6 miliar



Lampiran 3

Hasil wawancara lengkap. Wawancara dilakukan pada Bulan Januari 2022 di Perumahan Kedaton Homes, BSB City pada keempat informan.

a. Informan Bp. Adhitya (Sales marketing 1)

1. Sejak kapan bekerja di perumahan Kedaton Homes

Jawaban: Sejak awal april 2020.

2. Selama pertama kerja di perumahan Kedaton Homes hingga sekarang, sudah berapa banyak total pencapaian closing dan perkiraan omzet yang didapat?

Jawaban: Saya sudah mencapai 30 penjualan dengan perkiraan 45 Miliar.

3. Apakah anda menggunakan strategi komunikasi dalam memasarkan produk?

Jawaban : Ya tentu saja

4. Strategi komunikasi yang diterapkan apa saja?

Jawaban: *Eye contact* dan *chemistry*.

5. Apakah anda pernah mengetahui tentang *hypnotic selling*?

Jawaban: Ya.

6. Komunikasi seperti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk?

Jawaban: Komunikasi yang mengikat (hubungan jangka panjang). Biasanya saya melakukan pendekatan dengan konsumen supaya konsumen nyaman kalau berbicara dengan saya. Kemudian saya juga lebih fokus pada kebutuhan konsumen mengenai produk. Jadi saya akan menjaga hubungan baik dulu dengan konsumen.

7. Strategi komunikasi *hypnotic selling* apakah berpengaruh?

Jawaban: Ya, sangat berpengaruh. Karena *hypnotic selling* itu ada

tekniknya dalam menyampaikan sesuatu ke konsumen

8. Mengapa menerapkan strategi *hypnotic selling* dalam penjualan anda?

Jawaban: Ya karna pasti closing.

9. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling*?

Jawaban: Bahasa yang mudah dipahami bersama, Tatapan mata dan kenyamanan untuk menerima sugesti. Kemudian poinnya, saya memilih untuk tetap menjaga penampilan untuk mendapat kesan nyaman dalam berkomunikasi dengan konsumen saya. Kemudian saya menyamakan frekuensi dengan konsumen saya dengan bahasa penyampaian yang sama. Seperti contohnya ketika konsumen saya berbicara santai dengan bahasa Semarang, ya saya ikut saja. Supaya tidak terkesan kaku. Saya ingin konsumen saya nyaman dengan saya. Kemudian saya juga fokus pada kebutuhan konsumen yang seperti apa. Menyesuaikan juga dengan kualitas produk yang ada. Biasa saya akan menyampaikan sesuatu yang menarik kalau konsumen sudah dekat dengan saya dan konsumen yakin dengan penjelasan saya mengenai produk. Untuk mengikat konsumen, saya cenderung membuat konsumen leluasa dengan membuat mereka melihat dulu produknya, merasakan suasana, membandingkan harga dengan produk lainnya misalnya dan juga tidak lupa saya menekankan beberapa keunggulan yang ada di produk saya serta bonus dan promo yang membuat konsumen merasa produk saya ini terbatas dan harus segera dibeli. Ini tergantung pada konsumennya ya. Saya cenderung ke arah konsumen yang yakin mau beli dan pastinya punya uang untuk membeli produk saya hahaha.

10. Kesiapan anda untuk menghadapi konsumen?

Jawaban: Ya tadi, melalui penampilan dulu. Kemudian mempelajari penuh *product knowledge* dan *skill* berbicara ya. Hehehe

b. Informan Bp. Lisson (Sales marketing 2)

11. Sejak kapan bekerja di perumahan Kedaton Homes

Jawaban: Sejak 15 November 2021

12. Selama pertama kerja di perumahan Kedaton Homes hingga sekarang, sudah berapa banyak total pencapaian closing dan perkiraan omzet yang didapat?

Jawaban: Saya sudah mencapai 5 penjualan dengan perkiraan 6 Miliar.

13. Apakah anda menggunakan strategi komunikasi dalam memasarkan produk?

Jawaban : Ya tentu saja

14. Strategi komunikasi yang diterapkan apa saja?

Jawaban: Membuat nyaman konsumen dengan ngobrol. Saya mulai dengan obrolan kemudian ke arah penawaran produk.

15. Apakah anda pernah mengetahui tentang *hypnotic selling*?

Jawaban: Ya, saya tahu tentang itu. Seni berkomunikasi kan? hehe

16. Komunikasi seperti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk?

Jawaban: Komunikasi yang nyambung. Komunikasi yang terarah. Kemudian saya akan menggali kebutuhan konsumen mengenai produk yang saya tawarkan.

17. Strategi komunikasi *hypnotic selling* apakah berpengaruh?

Jawaban: Ya, sangat berpengaruh.

18. Mengapa menerapkan strategi *hypnotic selling* dalam penjualan anda?

Jawaban: Ya karna dampaknya baik bagi saya. Kebanyakan konsumen akhirnya beli dan tandanya saya berhasil hehe.

19. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling*?

Jawaban: Tatapan mata yang meyakinkan, bahasa tubuh yang meyakinkan dan pengetahuan mengenai produk untuk meyakinkan. Terus konsumen cenderung merasa nyaman ketika berbicara dengan sales marketing yang rapi dan wangi ya apalagi yang kita tawarkan adalah rumah kelas premium di kawasan BSB, yang datang pasti orang punya uang karena rumah yang dijual start from 1.4 M. Jelas konsumen yang kita temui juga mereka datang dengan penampilan yang menyenangkan. Maka dari itu kita sesuaikan penampilan kita dengan konsumen di kawasan premium ini. Yang pertama saya lakukan ketika bertemu dengan konsumen adalah memperluas wawasan saya yang terpenting mengenai product knowledge dari perumahan Kedaton. Kemudian memberikan kesan kepada konsumen dengan menunjukkan langsung secara real apa yang saya sampaikan supaya konsumen bisa merasakan dan mengalami sendiri produk yang saya tawarkan. Biasanya dengan temu janji untuk show unit.”

20. Kesiapan anda untuk menghadapi konsumen?

Jawaban: Persiapan dari segi penampilan dan ilmu tentang produk.

c. Informan Ibu. Putri (Sales marketing 3)

21. Sejak kapan bekerja di perumahan Kedaton Homes

Jawaban: Sejak Januari 2020

22. Selama pertama kerja di perumahan Kedaton Homes hingga sekarang, sudah berapa banyak total pencapaian closing dan perkiraan omzet yang didapat?

Jawaban: Saya sudah mencapai 20 penjualan dengan omzet 20 Miliar.

23. Apakah anda menggunakan strategi komunikasi dalam memasarkan produk?

Jawaban : Ya tentu saja

24. Strategi komunikasi yang diterapkan apa saja?

Jawaban: Komunikasi yang mampu membuat saya dan konsumen dekat. Supaya konsumen dapat menceritakan kebutuhan produk dengan lebih leluasa dan saya juga memperlihatkan produk langsung sesuai dengan yang menjadi kebutuhan konsumen.

25. Apakah anda pernah mengetahui tentang *hypnotic selling*?

Jawaban: Ya, saya tahu tentang itu.

26. Komunikasi seperti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk?

Jawaban: Komunikasi yang searah ya. Jadi konsumen menyampaikan keinginan produk, saya menunjukkan produknya langsung. Jadi komunikasi yang seimbang supaya tidak berbelit dan tidak miskom (*miss communication*),

27. Strategi komunikasi *hypnotic selling* apakah berpengaruh?

Jawaban: Ya, sangat berpengaruh.

28. Mengapa menerapkan strategi *hypnotic selling* dalam penjualan anda?

Jawaban: Ya karena daya tarik yang bagus untuk mempengaruhi konsumen mempunyai minat beli produk yang saya tawarkan.

29. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling*?

Jawaban: Bahasa tubuh, menaikkan daya tarik dengan suasana yang ada dalam menggunakan produk. Kemudian kesiapan saya dengan pertanyaan yang diajukan konsumen, makanya saya harus mempunyai pengetahuan dan keunggulan yang ada tentang produk saya. Sisanya saya akan membuat konsumen nyaman dengan penyampaian saya yang santai dan sopan serta strategi yang tepat agar konsumen nyaman dengan arah pembicaraan saya.

30. Kesiapan anda untuk menghadapi konsumen?

Jawaban: Persiapan dari segi penampilan dan ilmu tentang produk.

d. Informan Ibu. Zuna (Sales marketing 4)

31. Sejak kapan bekerja di perumahan Kedaton Homes

Jawaban: Sejak 15 November 2022

32. Selama pertama kerja di perumahan Kedaton Homes hingga sekarang, sudah berapa banyak total pencapaian closing dan perkiraan omzet yang didapat?

Jawaban: Saya sudah mencapai 4 penjualan dengan omzet 6 Miliar.

33. Apakah anda menggunakan strategi komunikasi dalam memasarkan produk?

Jawaban : Ya.

34. Strategi komunikasi yang diterapkan apa saja?

Jawaban: Komunikasi yang baik dan searah tentunya.

35. Apakah anda pernah mengetahui tentang *hypnotic selling*?

Jawaban: Ya, saya tahu tentang itu.

36. Komunikasi seperti apa yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk?

Jawaban: Komunikasi yang searah ya.

37. Strategi komunikasi *hypnotic selling* apakah berpengaruh?

Jawaban: Ya, sangat berpengaruh.

38. Mengapa menerapkan strategi *hypnotic selling* dalam penjualan anda?

Jawaban: Ya karena setidaknya saya mendapatkan *closing*.

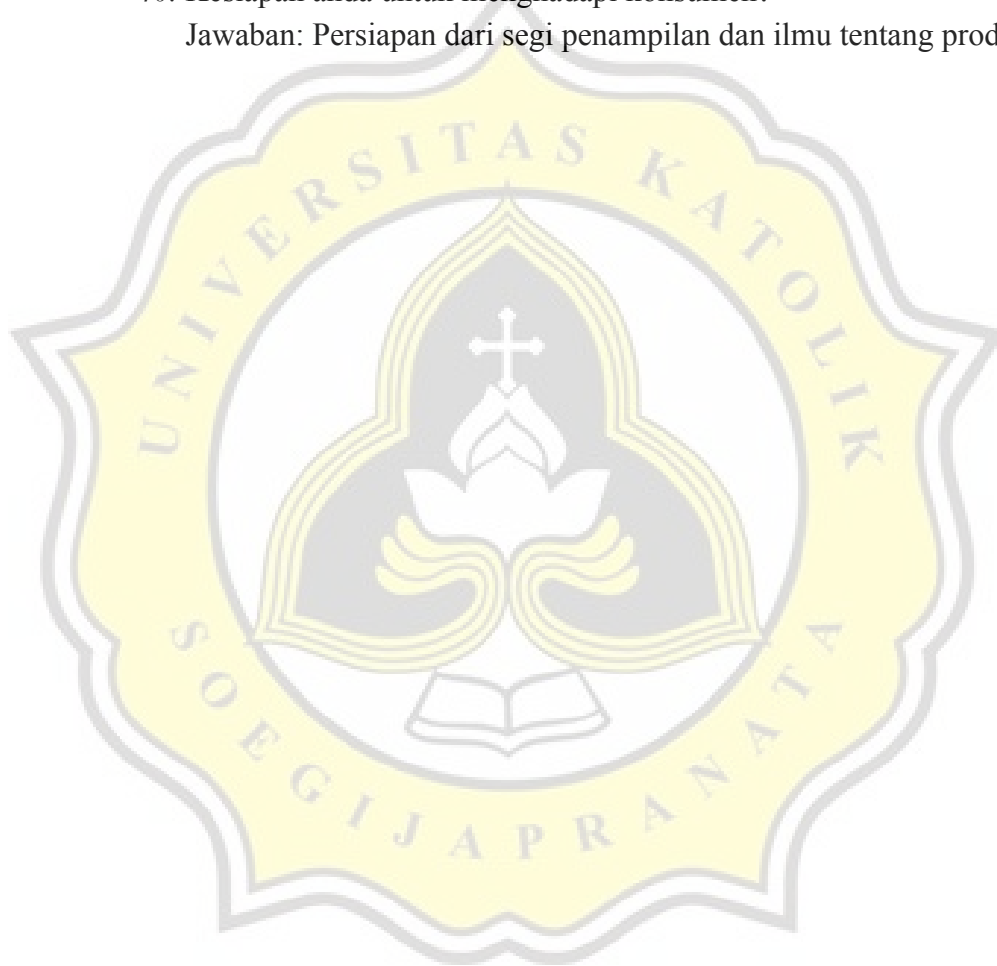
39. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi komunikasi *hypnotic selling*?

Jawaban: Strategi yang pertama adalah saya memahami product knowledge kemudian menanyakan kebutuhan konsumen mengenai

tipe rumah yang sesuai. Kemudian mengajak konsumen untuk segera melihatkan unit yang dibutuhkan.

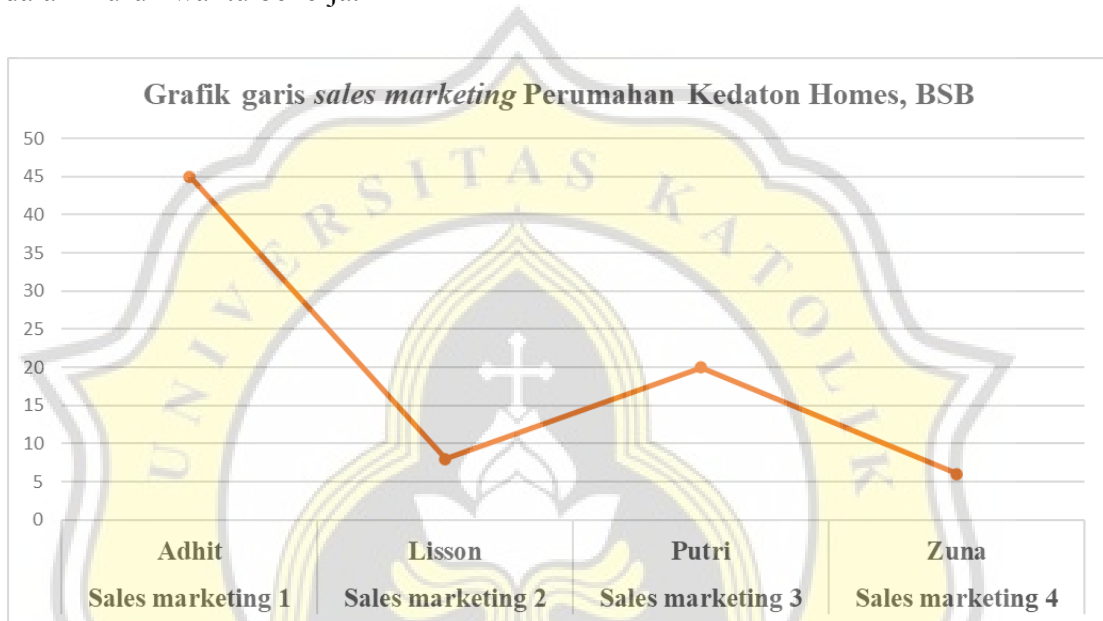
40. Kesiapan anda untuk menghadapi konsumen?

Jawaban: Persiapan dari segi penampilan dan ilmu tentang produk.



Lampiran 4.

Grafik hasil penjualan *sales marketing* dengan total perkiraan omzet yang diperoleh dalam kurun waktu bekerja.



Grafik 1: omzet yang di dapat oleh sales marketing Kedaton Homes
Sumber : Data Kedaton Homes, BSB

Lampiran 5.

Dokumentasi dari hasil observasi pada penelitian yang dilakukan sejak bulan Desember 2021 hingga Maret 2022.



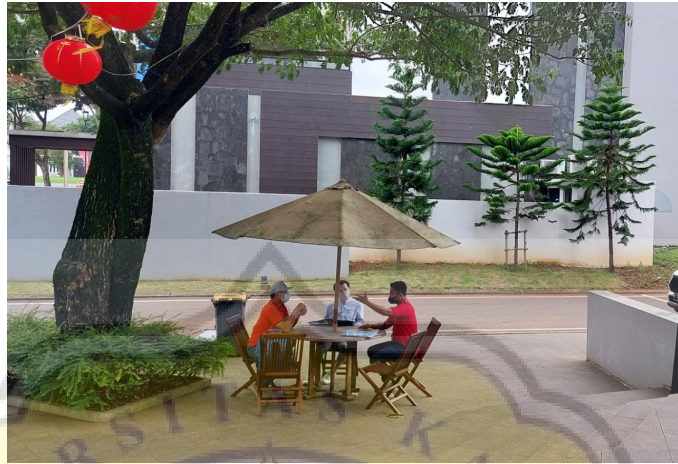
Gambar 5.1. Suasana Pertemuan dengan Konsumen

Sumber : *WhatsApp Group Marketing Kedaton*



Gambar 5.2. Suasana *Open House* Kedaton Homes (Penerapan *Hypnotic Selling*)

Sumber: *Photo WhatsApp Group Kedaton Homes*



Gambar 5.3. Suasana Penerapan *Hypnotic Selling* Lanjut Ketika Konsumen Datang untuk Melihat Unit Rumah di Lokasi

Sumber : *Photo WhatsApp Group Kedaton Homes*



Gambar 5.4. Suasana Penawaran Promo untuk *Deal* Pembelian Rumah di Kedaton Homes

Sumber: *Photo WhatsApp Group Marketing Kedaton*

PAPER NAME

18.M1.0103_ Pracelia Ongko Wijaya

WORD COUNT

9262 Words

CHARACTER COUNT

59398 Characters

PAGE COUNT

59 Pages

FILE SIZE

1.0MB

SUBMISSION DATE

Jul 7, 2022 11:09 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 7, 2022 11:11 AM GMT+7

● **12% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 12% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 7% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks

