

DAFTAR ISTILAH

<i>Conjoint Analysis</i>	:Suatu teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan preferensi pelanggan.
<i>Dummy</i>	:Variabel yang digunakan untuk mengkuantitatifkan variabel yang bersifat kualitatif.
<i>Entrepreneur</i>	:Orang yang melakukan aktivitas wirausaha.
<i>Image</i>	:Kepercayaan, ide dan impresi seseorang terhadap merek atau produk.
<i>Non Probability Sampling</i>	:Pengambilan sampel dengan memperhatikan faktor-faktor yang terkait dengan penghematan biaya, waktu, serta keandalan subjektifitas peneliti yang menyebabkan tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.
<i>Part-worth utilities</i>	:Estimasi dari <i>conjoint analysis</i> terhadap seluruh preferensi yang berhubungan dengan masing-masing taraf setiap faktor.
<i>Positioning</i>	:Tindakan merancang tawaran dan citra perusahaan sehingga menempati posisi yang khas di benak pelanggan sasaran.
Preferensi	:Pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi.

<i>Program Director</i>	:Seseorang yang ditunjuk untuk bertanggung jawab secara teknis pelaksanaan produksi suatu acara.
<i>Screening</i>	:Memeriksa data yang diperoleh terhadap kesesuaian pertanyaan.
Skala Likert	:Skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner dan skala yang paling umum digunakan dalam riset berupa survei.
<i>Tools</i>	:Sebuah perangkat yang digunakan untuk keperluan tertentu.
<i>Top of mind</i>	:Merek yang pertama kali muncul dalam benak.