

DAFTAR ISTILAH

<i>Benchmarking</i>	: Langkah untuk mengidentifikasi, menganalisis, mengadaptasi, dan mengimplementasikan teknik kerja atau proses terbaik dari perusahaan lain.
<i>Benchmark Partner</i>	: Perusahaan yang terpilih sebagai pembanding.
<i>Analytical Hierarchy Process</i>	: Teknik terstruktur untuk mengatur dan menganalisa keputusan yang kompleks
<i>Fashion</i>	: Mode terampil untuk sesuatu yang tren saat ini dalam berpenampilan modern.
<i>Sample Sale</i>	: Menjual pakaian yang diproduksi diawal dan dijual diakhir dengan dibawah harga normal.
<i>Marketing Communication</i>	: Memberikan informasi dengan tujuan meningkatkan merek maupun konsumen baik secara langsung atau tidak langsung agar tepat sesuai pasar yang dituju.
<i>Pairwise Comparison</i>	: Metode pengumpulan data perbandingan berpasangan.
<i>Key Performance Indicator</i>	: Nilai yang dapat diukur untuk mendemonstrasikan tingkat keefektifan dalam mencapai tujuan perusahaan.
<i>Competitive Intelligence</i>	: Proses dimana organisasi mengumpulkan informasi tentang kompetitor dan lingkungan kompetitif.
<i>Gap</i>	: Tingkat perbedaan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
<i>Competitive Benchmarking</i>	: Untuk meningkatkan daya saing serta mampu memperbaiki posisi produk dalam pasar yang kompetitif.
<i>Reseller</i>	: Orang yang membeli produk dari distributor atau pemasok dengan harga yang lebih murah dari pasaran untuk dijual kembali dengan harapan

	mendapatkan sejumlah keuntungan dari penjualan tersebut.
<i>Purposive Sampling</i>	: Teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian.
<i>Mobile Marketing</i>	: Alat marketing yang memanfaatkan perangkat <i>mobile</i> atau dengan <i>smartphone</i> .
<i>Consistency Index</i>	: Nilai eigen terbesar dari matriks berordo-n.
<i>E-marketplace</i>	: Pasar <i>online</i> tempat terjadinya jual beli melalui internet.
<i>Purposive sampling</i>	: Teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian.
<i>Consistency index</i>	: Nilai eigen terbesar dari matriks berordo-n.
<i>Wordmark</i>	: Logo yang berbentuk teks dan dirancang menggunakan seluruh nama perusahaan.
<i>Priority vector</i>	: Operasi dalam AHP dengan membagi jumlah total nilai alternatif dan jumlah alternatif.
<i>Outlet</i>	: Tempat untuk memasarkan produk dari hasil kegiatan produksi.
<i>E-commerce</i>	: Penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui elektronik.
<i>Owner</i>	: Pemilik perusahaan atau merek.
<i>Endorsement</i>	: Sebuah tindakan atau pernyataan mendukung atau menerima sesuatu atau seseorang
<i>Endorser</i>	: Seseorang yang membuat pernyataan publik bahwa mereka mendukung sesuatu atau seseorang lainnya