

DAFTAR ISTILAH

| | |
|---------------------------------|--|
| <i>Conjoint Analysis</i> | :Suatu teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan preferensi pelanggan. |
| <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. |
| Part-worth utilities | :Estimasi dari conjoint analysis 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>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. |

