

DAFTAR ISTILAH

- Analytical Hierarchy Process* : Model pendukung keputusan yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki.
- Benchmarking* : Proses yang biasa digunakan dalam manajemen dimana suatu unit/bagian/organisasi mengukur dan membandingkan kinerjanya terhadap kegiatan serupa dari unit/bagian/organisasi lain yang sejenis baik secara internal maupun eksternal.
- Brand* : Nama, symbol, desain atau gabungan diantaranya untuk digubakan sebagai identitas sebuah perusahaan.
- Benefit* : Bentuk imbal jasa atau dasar kebutuhan yang berguna untuk memperlancar proses kerja.
- Brand Awareness* : Kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan.
- Competitive Benchmarking* : Salah satu jenis *benchmarking* yang melakukan perbandingan dengan pesaing.
- Consistency Index* : Nilai eigen terbesar dari matriks berordo-n dalam AHP.
- Consistency Ratio* : Perbandingan antara *Consistency index* dan *Random Index* dalam AHP.
- Endorsement* : Dukungan seseorang terhadap merek.

<i>E-Marketplace</i>	: Pasar <i>online</i> tempat terjadinya jual-beli melalui internet.
Tur Pabrik	: Pengalaman yang unik dan menarik antara merek dengan publik, yaitu mengajak publik untuk melakukan tur dan melihat-lihat aktivitas di pabrik atau perusahaan yang dapat memperkuat citra merek di mata konsumen.
<i>Future performance</i>	: Performansi yang ditentukan untuk dicapai di masa depan.
<i>Gap</i>	: Kesenjangan antara dua entitas
Handmade	: Sesuatu yang dibuat oleh seorang individu bukan dari suatu product yang dibuat secara masal
<i>Key Performance Indicator</i>	: Indikator yang dapat diukur yang mendemonstrasikan keefektifan dalam mencapai tujuan perusahaan.
<i>Mobile Marketing</i>	: Bentuk khas dari <i>online marketing</i> yang menempatkan komunikasi pada ponsel konsumen.
<i>Online and Social Media Marketing</i>	: Aktivitas dan program <i>online</i> yang dirancang untuk memengaruhi konsumen atau prospek secara langsung atau tidak langsung untuk menciptakan kesadaran pelanggan atas produk/merek, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan.
<i>Outlet</i>	: Tempat untuk memasarkan produk hasil dari kegiatan produksi.
<i>Owner</i>	: Pemilik perusahaan atau merek
<i>Personal Selling</i>	: Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan

- presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.
- Platform* : Bentuk atau media dalam bauran komunikasi pemasaran.
- Partner Benchmark* : Entitas yang dijadikan sebagai bahan pembandingan.
- Priority Ranking* : Posisi relatif suatu alternatif dibandingkan dengan alternatif lain berdasarkan penilaian semua kriteria yang dimasukkan dalam AHP.
- Priority Vector* : Nilai bobot dalam AHP yang menunjukkan posisi relatif suatu kriteria dibandingkan dengan kriteria lain atau posisi relative suatu alternatif dengan alternatif lain pada setiap kriteria.
- Public Relations and Publicity* : Beragam program yang dirancang secara internal kepada karyawan perusahaan, atau secara eksternal kepada konsumen, perusahaan lain, pemerintah, dan media, untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produknya.
- Purposive Sampling* : Teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian.
- Random Index* : Ketetapan nilai yang penggunaannya ditentukan berdasarkan jumlah ordo matriks pada AHP.
- Sales Promotion* : Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong adanya percobaan atau pembelian suatu produk atau jasa termasuk *consumer promotions, trade promotions, dan business and sales force promotions.*

- Social Media Marketing* : Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan *social media* dalam prosesnya.
- Survei : Pemeriksaan atau penelitian secara komprehensif
- Iklan Media Sosial* : Iklan yang muncul di sosial media
- Website : Halaman web yang saling berhubungan yang berisikan kumpulan informasi yang disediakan secara perorangan, kelompok, atau organisasi.