

DAFTAR ISTILAH

- Advertising* : Segala bentuk berbayar dari presentasi nonpersonal dan promosi ide, produk, atau jasa lewat media cetak, *broadcast media*, *network media*, media elektronik, dan *display media*.
- Analytical Hierarchy Process* : Model pendukung keputusan yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki.
- Arts* : Salah satu bentuk dari kegiatan program komunikasi pemasaran yang berhubungan dengan kesenian dan disponsori oleh perusahaan untuk menciptakan interaksi dengan merek tertentu.
- 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.
- Blind Test* : Alat untuk membandingkan suatu produk dengan produk lain dengan tidak menyebutkan merek.
- Brand Awareness* : Kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan.
- Community Relations* : Hubungan dengan komunikasi sebagai fungsi hubungan masyarakat, yang merupakan partisipasi suatu lembaga yang berencana aktif dan sinambung dengan masyarakat di dalam suatu komunitas untuk memelihara dan membina

lingkungannya demi keuntungan kedua belah pihak yaitu lembaga dan komunitasnya.

- 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.
- Direct and Database Marketing* : Penggunaan surat, telepon, *fax*, *e-mail* atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen atau mengumpangkan respon dan dialog dari konsumen dan prospek.
- Events and Experiences* : Kegiatan dan program yang disponsori oleh perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu.
- E-Marketplace* : Pasar *online* tempat terjadinya jual-beli melalui internet.
- Factory Tour* : 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.
- Fairs and Trade Shows* : Program yang diselenggarakan untuk memamerkan dan mendemonstrasikan produk-produk dari berbagai perusahaan dengan tujuan perdagangan.
- Future Performance* : Performansi yang ditentukan untuk dicapai di masa depan.

<i>Gap</i>	: Tingkat perbedaan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
<i>Hashtag</i>	: Kata atau frasa tanpa spasi yang diawali dengan simbol <i>hash</i> (#).
<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>Personal Selling</i>	: Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.
<i>Platform</i>	: Bentuk atau media dalam bauran komunikasi pemasaran.
<i>Point of Purchase Display</i>	: Etalase yang digunakan untuk menarik lebih banyak perhatian konsumen untuk melihat produk yang ditawarkan. Selain itu, digunakan untuk menimbulkan rangsangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian di dalam toko, yang

- beberapa di antaranya merupakan pembelian yang tidak terencana (pembelian impuls).
- 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.