

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.
Prestise	:Wibawa (perbawa) yang berkenaan dengan prestasi atau kemampuan seseorang.
<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>Local Price</i>	: Harga yang ditetapkan oleh perusahaan berdasarkan tingkat perekonomian suatu daerah tersebut.