

## 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*.
- 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.
- Analytical Hierarchy Process* : Model pendukung keputusan yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki.
- Brand Awareness* : Kemampuan sebuah merek untuk muncul dalam benak konsumen ketika sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan.
- Purposive Sampling* : Teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian.
- Consistency Index* : Nilai eigen terbesar dari matriks berordo-n dalam AHP.
- Random Index* : Ketetapan nilai yang penggunaannya ditentukan berdasarkan jumlah ordo matriks pada AHP.
- Consistency Ratio* : Perbandingan antara *Consistency index* dan *Random Index* dalam AHP.
- 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.
- Key Performance Indicator* : Indikator yang dapat diukur yang mendemonstrasikan keefektifan dalam mencapai tujuan perusahaan.
- Gap* : Tingkat perbedaan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.
- Future Performance* : Performansi yang ditentukan untuk dicapai di masa depan.
- E-Marketplace* : Pasar *online* tempat terjadinya jual-beli melalui internet.
- Outlet* : Tempat untuk memasarkan produk hasil dari kegiatan produksi.
- Direct and Database Marketing* : Penggunaan surat, telepon, *fax*, *e-mail* atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen atau mengumpankan 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.
- Mobile Marketing* : Bentuk khas dari *online marketing* yang menempatkan komunikasi pada ponsel konsumen.

- Online and Social Media Marketing* : Aktivitas dan program *online* yang dirancang untuk memengaruhi konsumen atau prospek secara langsung atau tidak langsung untuk menciptakan kesadaran pelanggan atas produk/merek, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan.
- Personal Selling* : Interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.
- 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.
- 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.