

DAFTAR ISTILAH

- Alpha Cronbach's* : Koefesien yang mengukur keandalan konsistensi dengan variasi dari 0 hingga 1. Jika koefesien memiliki nilai lebih dari 0.6, maka memiliki nilai reliabilitas yang tinggi.
- Blauth's Formula* : Formula pengolahan Model Kano untuk menentukan kategori dari setiap atribut setelah melakukan pengkodean data atribut.
- Campaign* : Serangkaian pesan iklan tematik dengan berbagai ide dalam suatu tema yang membentuk komunikasi pemasaran terpadu.
- Depth Interview* : Suatu proses untuk memperoleh keterangan yang mendalam dari partisipan yang telah berpengalaman dengan atau tanpa pedoman wawancara untuk tujuan penelitian tertentu.
- Diagram Afinitas : Merupakan alat yang digunakan untuk mengelompokkan data verbal dan ide ke dalam kelompok umum (*higher level*).
- Disfungsional : Pertanyaan kepada responden jika suatu atribut tertentu memiliki kinerja yang tidak baik.
- Fungsional : Pertanyaan kepada responden yang menanyakan respon pelanggan apabila suatu atribut tertentu memiliki kinerja yang baik.
- Judgement Sampling* : Teknik pengambilan sampel dari orang yang dianggap memiliki kapasitas untuk dapat memberikan informasi yang dibutuhkan berdasarkan persepsi peneliti.
- Kano : Metode untuk mengategorikan atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa besar tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh setiap atribut.

- Non-probability Sampling* : Teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan faktor terkait dengan penghematan biaya, tenaga, waktu serata keandalan penghematan biaya, tenaga, waktu serata keandalan subjektifitas peneliti yang menyebabkan tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.
- Public Figure* : Seorang individu yang dikenal oleh masyarakat luas, baik karena profesi maupun kompetensinya.
- Refined Kano* : Metode yang dikembangkan dari Model Kano dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan calon pelanggan dalam pengkategorian atribut suatu produk atau layanan jasa.
- Skala Likert* : Skala yang digunakan untuk melakukan pengukuran kesetujuan dan ketidaksetujuan pertanyaan pada kuesioner oleh responden pada objek penelitian.
- True Customer Needs* : Suatu atribut yang dijadikan prioritas pengembangan produk berisikan apa yang diinginkan oleh pengguna produk atau jasa.
- Voice of Customer* : Istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses mencari tahu apa yang sebenarnya diinginkan atau diharapkan oleh konsumen mengenai suatu produk maupun jasa.