

## DAFTAR ISTILAH

<i>Analytical Hierarchy Process</i>	:	Model pendukung keputusan yang menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hierarki.
<i>Audience</i>	:	sekelompok orang yang berpartisipasi dalam pertunjukan atau kegiatan di media apa pun.
<i>Benchmarking</i>	:	Proses pembelajaran dengan melakukan pendekatan dimana sebuah perusahaan mengidentifikasi dan mereplikasi strategi terbaik dari perusahaan benchmark untuk meningkatkan kinerja perusahaan tersebut.
<i>Brand awareness</i>	:	Kemampuan seorang pelanggan untuk mengingat suatu merek tertentu atau iklan tertentu secara spontan atau <i>setelah dirangsang dengan kata-kata kunci</i> .
<i>Broadcast Message</i>	:	adalah pesan yang dapat dikirim ke sekelompok orang secara sekaligus.
<i>Competitive Benchmarking</i>	:	Salah satu jenis <i>benchmarking</i> yang melakukan perbandingan dengan pesaing.
<i>Consistency Index</i>	:	Nilai <i>eigen</i> terbesar dari matriks berordo- <i>n</i> dalam AHP.
<i>Consistency Ratio</i>	:	Perbandingan antara <i>Consistency index</i> dan <i>Random Index</i> dalam AHP.
<i>E-Marketplace</i>	:	Pasar <i>online</i> tempat terjadinya jual-beli melalui internet.
<i>Future Performance</i>	:	Performansi yang ditentukan untuk dicapai di masa depan.
<i>Gap</i>	:	Tingkat perbedaan suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya.

<i>Key Performance Indicator</i>	:	Indikator yang dapat diukur yang mendemonstrasikan keefektifan dalam mencapai tujuan perusahaan.
<i>Outlet</i>	:	Tempat barang dijual atau didistribusikan.
<i>Platform</i>	:	Bentuk atau media dalam bauran komunikasi pemasaran.
<i>Priority Ranking</i>	:	Posisi relatif suatu alternatif dibandingkan dengan alternatif lain berdasarkan penilaian semua kriteria yang dimasukkan dalam AHP.
<i>Priority Vector</i>	:	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.
<i>Purposive Sampling</i>	:	Teknik pengambilan sampel dimana peneliti menentukan sampel dengan menetapkan ciri khusus sesuai dengan tujuan penelitian.
<i>Random Index</i>	:	Ketetapan nilai yang penggunaannya ditentukan berdasarkan jumlah ordo matriks pada AHP.
<i>Retailers</i>	:	seseorang atau bisnis yang menjual barang kepada publik dalam jumlah yang relatif kecil untuk digunakan atau dikonsumsi daripada untuk dijual kembali.